

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

ERAKONDADE KUVANDID JA NENDE MUUTUMINE 2007. AASTA RIIGIKOGU VALIMISTE EEL

Bakalaureusetöö (4AP)

Allar Tankler

Juhendaja: Ragne Kõuts-Klemm (MA)

Tartu

2007

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
I Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....	6
Peamised uurimisküsimused:.....	133
II Metoodika.....	14
Vastajate sotsiaaldemograafiline profiil	16
III Tulemused.....	19
A Erakondade kuvandid.....	19
1. Üldhinnangud.....	19
Suured erinevused.....	19
Erakondade iseloomustused.....	20
2. Hinnangud rühmade kaupa	22
3. Erakondade seostatavus poliitikatega	25
B: Kuvandite muutus valimiskampaania jooksul	30
1. Valimiskampaania perioodi üldiseloomustus	30
2. Inimeste kaasahaaratuse, huvi dünaamika	35
3. Erakondade kuvandite muutus kampaania käigus	36
Muutused erakondade semantilise diferentsiaali näitajates	38
Hinnangud oma lemmikerakonnale ja nende muutumine	39
4. Lojaalse valija küsimus.....	43
Järeldused, diskussioon.....	45
Kokkuvõte.....	48
Summary	49
Kasutatud kirjandus	51
Lisa 1: Esmaküsitluse ankeet	54
Lisa 2: Kordusküsitluse ankeet	62
Lisa 3: Hinnangute võrdlus kaasahaaratuse järgi.....	628
Lisa 4: Hinnangute võrdlus piiratuse taju järgi.....	629
Lisa 5: Hinnangute võrdlus valimise tähtsuse hindamise järgi.....	70
Lisa 6: Muutus koguvalimite hinnangutes kampaania perioodil	71
Lisa 7: IRL valijate hinnangute võrdlus teistega	72
Lisa 8: Reformierakonna valijate hinnangute võrdlus teistega.....	73

Tabelid ja graafikud

Tabel 1: Kahele küsitlusele (enne ja pärast kampaaniat) vastanute üldandmed Lk 18

Tabel 2: Keskmised hinnangud erakondadele vastava sõnapaari järgi Lk 19

Tabel 3: Erakondade paiknemine küsitletute semantilistel skaaladel Lk 21

Tabel 4: Erakondade tagasivaatav seostatavus valdkonnapoliitikatega Lk 26

Tabel 5: Inimeste kaasahaaratuse, piiratuse tajude ja probleemitunnetuse dünaamika enne ja pärast valimiskampaaniat 2007 Lk 35

Tabel 6: Vastanute erakondlikud eelistused enne ja pärast kampaaniat Lk 36

Tabel 7: Keskmised hinnangud semantilise diferentsiaali skaalal erakondadele enne ja pärast kampaaniat Lk 37

Tabel 8: Erakondade paiknemine semantilise diferentsiaali skaalal enne ja pärast kampaaniat Lk 38

Graafik 1: Kuidas näevad IRL-i pärast kampaaniat erakonna toetajad ja teised Lk 40

Graafik 2: Reformierakonna toetajate hinnangud ja teiste hinnangud

Reformierakonnale pärast kampaaniat Lk 41

Graafik 3: Reformierakonna toetajate hinnangud ja teiste hinnangud IRL-ile pärast kampaaniat Lk 42

Sissejuhatus

Käesolev uurimus vaatleb valijate arvamusi erakondade suhtes, nende informeeritust ja huvi valimiste kohta ning seda, millised muutused toimuvad nendes arvamustes, huvis ja informeerituses valimiskampaania jooksul. 4. märtsil 2007 valis eesti rahvas XI Riigikogu koosseisu. Sellele eelnenud reklaamikampaaniate mahtu on hinnatud kuni 130 miljoni krooni suuruseks, mis moodustab ca 10% kohaliku reklaamituruaastakäibest (Eesti Päevaleht, 03.03.2007). Majanduslik loogika dikteerib, et kuna tegemist on kõige kallimate turunduskampaaniatega, siis on tulemuseks ka kõige paremate ja kvaliteetsemate lahenduste kasutamine oma sõnumite kommunikatsioonis potentsiaalsetele sihtrühmadele.

Olukorras, kus demokraatlikule ühiskonnakorraldusele iseloomulikult kommu­ni­keeritakse parlamentaarse­tel valimistel antud juhul nelja aasta kõige olulisemaid sõnumeid, on oluline õppida võimalikult mitmekülg­sel­­tundma, milliseid sõnumeid ja aspekte kommunikatsioonist valijad enim tähtsustavad ning millised neist on kõige olulisemalt seotud reaals­te poliitiliste eelistuste kujunemisega ning sealt edasi juba potentsiaalselt valijakäitumisega. Seeläbi on võimalikum efektiivsem kommunikatsioon. See uurimus püüab uurida mõningaid aspekte, mida niisugune kommunikatsioon peaks arvesse võtma.

Kuna valimiskampaaniad on olemuselt massiivsed ning raskesti piiritletavad ning neid saadab suur infomassiiv kolmandatest allikatest (arvamusliidrid, ajakirjandus), siis on üldiselt raske hinnata konkreetsete sõnumite eraldiseisvat mõju, kuigi ka seda on mikrotasandil tehtud (Raudsaar & Tigasson 2006). Mõistagi on valimiskampaaniate efektiivsuse tõeliseks indikaatoriks valimistulemus, kuid kommunikatsiooni uurimise seisukohalt jääb valimistulemus veidi spekulatiivseks infoks.

Seetõttu analüüsib järgnev uuring rühma inimeste arvamusi valimiste, poliitika ja erakondade suhtes enne ja pärast kampaaniat. Selleks vastasid juhuslikud küsitletavad hulgale küsimustele detsembris 2006 ja valdav enamik samast hulgast vastas osaliselt samadele küsimustele ka veebruari lõpus 2007, vahetult enne valimisi. Analüüs uurib, kuidas inimesed üldse näevad erakondi, nende huvi valimiste vastu, nende hinnanguid valimiste tähtsusele ja oma võimalustele selle tulemust muuta ning seda, millise muutuse need hinnangud teevad läbi 2,5 kuu jooksul, mil käib massiivne valimiskampaania.

Autor soovib tänada Tartu Ülikooli ajakirjandus- ja kommunikatsiooniosakonna lektorit Ragne Kõuts-Klemmi uurimuse tervikliku suunamise eest ning professor Peeter Vihalemma ja lektor Aune Pasti tähelepanekute eest, mis aitasid vormida uurimuse aluseks olnud küsitlust. Lisaks soovib autor tänada lektor Anu Massot proovikaitsmisel ja edaspidi antud nõuannete eest, mis puudutasid andmetöötlust ning kogu proovikaitsmise komisjoni ning retsensent Andres Kõnnot töö terviklikkust puudutavate ettepanekute eest.

I Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Mõistmaks erakondade kuvandite olemust ja kujunemist, on praktiline esmalt selgitada välja, milline on kuvandi roll poliitilises kommunikatsioonis laiemalt ning selgitada välja, mida on seni tuvastatud poliitilise kommunikatsiooni, erakondade kuvandite ja valijakäitumise vaheliste seoste alal. Kuna vaatluse all on poliitiliste erakondade kuvandite muutus valimiskampaania perioodil, mil kõik erakonnad näevad vaeva selle nimel, et veenda valijaid oma õigsuses (McNair 1999), siis vaatlen põgusalt kuvandi rolli poliitilises kommunikatsioonis tervikuna ning püüan eelnevaid käsitlusi silmas pidades mõista, kas käesoleva andmestiku raames on võimalik hinnata poliitilise kommunikatsiooni mõjusust.

Juba rohkem kui 80 aastat tagasi kirjutas Walter Lippmann, et kaasaja tähelepanuväärseim muutus pole toimumas mitte tööstuses, majanduses ega poliitikas, vaid valitsetavate seas „üksmeele loomise kunstis”. Lippmann nimetas seda täpsemalt veenmiskunstiks ja ennustas, et sellealased teadmised ja oskused muudavad kõiki poliitilisi eeldusi (Lippmann 1954).

Võib ilmselt möönda, et kaheksakümmend aastat hiljem ei ole nende teadmiste hulk veel täielik.

On teada, nagu sõnastas selle Robert E Denton oma eessõnas Praeger'i kirjastuse seeriale poliitilise kommunikatsiooni alastest uurimustest, et kommunikatsioon või inimestevaheline interaktsioon on kogu poliitika essents. See interaktsioon võib olla formaalne või mitte-formaalne, verbaalne või mitte-verbaalne, avalik või privaatne, kuid see on alati veenev, sundides meid teadlikult või alateadlikult tõlgendama, hindama ja tegutsema. (Denton 2002: vii).

Poliitilise kommunikatsiooni definitsioon

Mis toob meid poliitilise kommunikatsiooni definitsioonini. Kui Denton ja Woodward defineerivad poliitilise kommunikatsiooni kõige laiemalt kui „avalik diskussioon avalike vahendite (tulude) paigutamisest, ametlikust autoriteedist (kellele on antud võim teha juriidilisi, õiguslikke ja ametlikke otsuseid) ning ametlikest sanktsioonidest (mida riik tasustab ja mida karistab),” (Denton & Woodward 1990: 14) siis käesoleva uurimuse raames keskendun ametliku autoriteedi alasele diskussioonile st küsimusele diskussioonist selle üle, kellele anda avalik võim. Definitsiooni aitab kitsendada ka

mitmete uurijate poolt rõhutatud eesmärgistatus poliitilises kommunikatsioonis: vajadus saavutada läbi kommunikatsiooni teatud tulemust, veenda. Kogu poliitilise kommunikatsioon on kavatsatud saavutama efekti sõnumite vastuvõtjates (McNair 1999: 11). Samale viitas ka Lippmanni poolt sõnastatud veenmiskunst.

Siinkohal muutub kõige problemaatilisemaks igasuguse kommunikatsiooni mõjude hindamisega seotud keerukused. McNair ütleb otse: „Nagu teab iga meediatudeng, on mõjudeküsimumus seotud suure keerukuse ja lõpmatute vasturääkivustega. /-/ Auditoriumi suhe sõnumisse on mitmekülgne ja väga raskesti empiirilisel uuritav.” (McNair 1999: 11). Poliitiline kommunikatsioon ei ole siinkohal kindlasti erandiks, toimub see meedia vahendusel või vahetult poliitikult valijateni.

Poliitilise kommunikatsiooni mõjude hindamisest

Diamond ja Bates (1992) võtavad kokku, et hulk uuringuid on jõudnud järeldusele, et väga väike hulk inimesi muudab oma valimiseelistusi poliitilise reklaami tõttu. Klapper (1960) sõnastas selle mõtte varem laiemalt: Massimeedia ei põhjusta tavapäraselt hoiakulist või käitumuslikku muutust, vaid kinnitab eelnevaid seisukohti. Ka McNair (1999) leiab, et reklaam küll kinnitab juba olemasolevaid poliitilisi ja käitumuslikke tavasid, aga väga harva muudab neid. See haakub laiema meedia kasude-teooriaga, mille järgi eelarvamused mõjutavad retseptsiooni ning inimesed kuulevad poliitilisi loosungeid kuulates seda, mida nad tahavad kuulda antud erakonna poolt või kohta.

Seega sõltub poliitilise kommunikatsiooni mõju olemasolu või puudumine küsimusest, milline taotletav mõju on. Kui mõjuks pidada juba väljakujunenud valimisotsuse muutust erakonna A toetajast erakonna B toetajaks, siis jääb kostma Bartle'i poolt 2001 sõnastatud pessimistlik kokkuvõte: „Enamik propagandast teenis valijate varasemate eelarvamuste ülekinnitamise eesmärki ning omas „minimaalset mõju” valijatele.” (Bartle 2001b: 146).

Olukorda on aga võimalik vaadata laiemalt. Esimesena on sihtrühmade eelhäälestuse olulisusele mõju arvestamisel juhtinud tähelepanu Paul Lazarsfeld jt uuring 1944. aastal. Selles töid autorid esile poliitilise kommunikatsiooni kolmest sihtrühmast

lähtuvad eesmärgid: 1) kinnistada eksisteerivate toetajate seisukohti; 2) mobiliseerida passiivseid, ükskõikseid; 3) veenda „kõikuvaid hääli” (Lazarsfeld et al 1944). Sealjuures näitas uuring, et kõige olulisem ja laialdasem mõju on just esimeses sihtrühmas.

Üheks probleemiks mõjude (või nende puuduste) mõõtmisel ongi olnud ilmselt asjaolu, et kuna a) ühiskonnas on üldjuhul märkimisväärsel osal valijatest väljakujunenud valimiseelistused; ning b) valdav osa poliitilisest kommunikatsioonist ei suuda lühiajaliselt juba väljakujunenud eelistust muuta, siis must-valgelt kogu populatsiooni arvestuses on poliitilise kommunikatsiooni mõju, kui seda defineerida valimiseelistuse muutmise läbi, väike.

Siinkohal hakkab seega olulist rolli mängima valijaskonna lojaalsuse ulatus. Bartle (2001a) toob esile seose, et väiksem valimiseelistuste „ettemääratus” sotsiaaldemograafiliste näitajate järgi tähendab valijaskonna suuremat teadlikkust, ning paremat suutlikkust langetada valimisotsuseid kampaania jooksul läbiarutatud teemade põhjal, järelkult kasvavat kommunikatsiooni mõju eelistuste kujundamisel. Kuigi ta leiab Briti valimistulemusi analüüsid, et väited suuremast valijate volatiilsusest Inglismaal ei vasta tõele, ütleb ta, et kui see nii oleks, oleks rohkem valijaid „saadaval” ning vastuvõtlikkus lühiajalistele kampaaniasõnumitele suurem (Bartle 2001b: 145).

Küsimuses, kas lojaalsete valijate hulk kasvab või kahaneb, on eriarvamused. Bartle ja Griffiths väidavad (2002), et „konsensuslik seisukoht” ütleb, et enamikul valijaskonnast on suhteliselt stabiilne eelhoiak valida ühte või teist erakonda (Bartle & Griffiths 2002: 19). Samas Denton (2002) argumenteerib, et järjest homogeensem ühiskond aitab kaasa poliitilisele truudusetusele, kus valijad ei ole enam pühendunud ning poliitilisel turundusel on kasvav roll.

Schmitt-Beck toob esile rahvuslikud eripärad. „Ühiskonnad erinevad mitmete näitajate poolest,” kirjutab ta. „Üheks neist on muutuste määr valijakäitumises, mis on jälgitav väiksemates või suuremates erakondade või kandidaatide häälte hulga muutustes.” (Schmitt-Beck 2004: 294). Ta tsiteerib Pedersen Index'it, mille järgi aastatel 1960-2001 on keskmine häälte hulga muutus olnud Inglismaal 6.8 %, Lääne-

Saksamaal 6,2%; Ida-Saksamaal 13,4%, Hispaanias 13%, USAs 12%. Tema enda täiendav uuring toetab arusaama, et poliitilise kommunikatsiooni mõju valimiseelistuse muutumisele on kõrgem väiksema valimislojaalsusega riikides nagu antud valikust USA, Hispaania ja Ida Saksamaa. Kuna tegemist on (Ida-Saksamaa puhul oli) võrreldes Eestiga pikema aja jooksul välja kujunenud poliitiliste süsteemidega, siis võib Eesti puhul eeldada suuremat poliitilist volatiilsust, kuigi seda ei ole võrreldavatel alustel mõõdetud.

Mõningad katsed mõju hindamiseks on siiski tehtud ning kommunikatsiooniuurijad on erinevatel ajaperioodidel jõudnud neid uurides erinevatele järeldustele. Kokkuvõtlikult oli enne II Maailmasõda valdav arusaam, et kui „freudistlikud põhitungide” mõju välja arvata, siis on oskusliku käitumise korral võimalik inimesi suunata endale sobivas suunas. Sajandi teises pooles seati see aga järjest enam tugeva kahtluse alla (Uudelepp 2005).

Konkreetselt nähti 1930ndatel kommunikatsiooni kui süstalt, millega oli võimalik süstida inimestesse konkreetseid sõnumeid või kui piljardikuule, kus üks sõnum paneb teise palli liikuma ennustatavas ja täpselt mõõdetavas suunas (McNair 1999: 30). Seda võis ka nimetada lineaarseks- või transpordimudeliks (Johnson-Cartee & Copeland 2003: 51).

1950ndateks aastateks ei olnud suur kogus empiirilisi uurimusi suutnud tõestada konkreetseid meediamõjusid, misjärel leiti, et mõjud on „piiratud” või vähemalt mõjusid mõjutab hulk sotsioloogilisi-kultuurilisi kõrvalfaktoreid (McNair 1999: 30). „Erakondade kulutused reklaamile tunduvad justkui tõestavat, et sel on mõju käitumisele. Sellekohaseid tõendeid on aga silmatorkavalt vähe,” kirjutab McNair (McNair 1999: 36)

Schmitt-Beck (2004) ütleb siiski, et uuemad uuringud viitavad siiski “teatud mõju olemasolule”. Schmitt-Beck'i sõnul ei saa oodata poliitilises kommunikatsioonis, et üks või isegi mitu eriti efektiivset sõnumit veenaksid, ning seab valimisotsuste mõjuks mitmeid tingimusi: suur hulk üksteist toetavaid, läbikaalutud sõnumeid, mis vastu võetakse pika perioodi jooksul – ainult siis võib meedia poolt vahendatud infol ja poliitilisel vestlusel „olla potentsiaal mõjutada valimisotsuseid” (Schmitt-Beck 2004: 296).

Teadlased on hakanud eristama mõjude erinevaid faase. Johnson-Cartee ja Copeland (2004) on need jaganud kolmeks: kognitiivsed (teadmiste hulk, teadlikkus mõnest teemast); emotsionaalsed (inimeste reaktsioonid teadmistele) ja käitumuslikud (kuidas kahe eelneva tulemusena inimene käitub). Mehhanismid, kuidas sõnumid mõjutavad neid kolme faasi eraldi või kuidas need etapid konkreetse sõnumi puhul toimivad, on jätkuvalt hägused ja mitmekülgsed. Kommunikatsiooni mõjude sirgjoonelisuse alane ebakindlus uurijate seas on toonud kaasa teooriate mitmekesisistumise.

Bartle ja Griffiths (2002) võtavad kaks peamist lähenemist kokku järgnevalt. Esimene on sotsiaal-psühholoogiline (nn Michigani) mudel, mida iseloomustab valijakäitumise teatavas ulatuses ettemääratus tulenevalt inimese sotsiaalsest staatusest, situatsioonist, grupikuuluvusest. Üks olulisemaid määrajaid selle teooria järgi on erakondliku eelistuse kujunemine, mis lääneriikides on kohati põlvkonniti edasi pärandatav ja mis kujutab endas üsna püsivat emotsionaalset seost ühe kindla erakonnaga.

Teine valdav teooria on majanduslik, turumajanduslik, mille järgi inimene on eelkõige ratsionaalne olevus, kes vahetab oma hääle parima kauba vastu. Teooria näitab pakkumise-nõudluse vastastikkuseid mõjusid nii valijatele kui erakondadele, käsitleb inimest egoistliku olevusena, kes püüab igast valikusituatsioonist oma isiklikku kasu maksimeerida ning pöörab vähe tähelepanu poliitikute varasemale tegevusele.

Bartle ja Griffiths peavad mõlemat mudelit problemaatiliseks ning näevad kolmandana nõ. turunduslikku mudelit, mis kombineerib eelpoolnimetatuid, kuid võtab arvesse raskemini mõõdetavaid asjaolusid nagu inimeste elustiili, ning erakondade imidžit.

Kuvandi roll poliitilises kommunikatsioonis

„Raskemini mõõdetavate” uute nüanssidega uus teooria ei tee muidugi kommunikatsiooniurijate elu kergemaks, vastupidi. Küll aga vajaks konkretiseerimist erakondade imidži kontseptsioon. Dan D Nimmo sõnastas selle nii: „Ületamaks kuristikku selle vahel, mida poliitikateadlased teavad valimiskäitumisest ning arusaama vahel, et valijad on tarbijad, kasutatakse kontseptsiooni nimega imidž. Imidž koosneb inimeste subjektiivsetest arusaamadest asjade kohta, s.t. selle kohta, mis ta peab oleva tõene mingi asja kohta, mis talle meeldib ja ei meeldi selle juures. /-

/ Kokkuvõttes, imidž on inimlooming hulgast omadustest, mida ühest objektist, sündmusest või isikust välja loetakse.” (Newman 1994: 91-92).

Fiorina (1981) ütleb samuti, et on märkimisväärsel hulgal tõestusmaterjali, et valijatel on vähe detailset informatsiooni erakondade platvormide kohta ning hängused arusaamad erakondade senistest saavutustest. Ta märgib, et üks põhjus, miks erakondade imidžit on alahinnatud, on asjaolu, et nende mõõtmine eraldiseisvana valimiseelistusest on keeruline, ja see raskendab kausaalsete seoste väljatoomist.

Poliitilise kommunikatsiooni uurijad, kes just ei pea domineerivaks nn majanduslikku valimiseelistuste kujunemise mudelit, näivad olevat üksmeelel, et valijakäitumist mõjutavad lisaks konkreetsetele sõnastatavatele valimissõnumitele ning inimese enda sotsiaalsele situatsioonile ka alateadlikumad, emotsionaalsemad signaalid. Denton (2002) sõnastab selle kui „midagi enam kui see, mida tarbijad ütlevad iseenda kohta /-/, pigem on see nende latentsete soovide pinnale toomine – nende peidetud ihad, mida nad ei oska täielikult sõnastada.” (Denton 2002: xii)

Johnson-Cartee ja Copeland ütlevad otsekohesemalt, et valijakäitumist mõjutavad nii väärtused kui hoiakud. „Kuidas me käitume on kombinatsioon väärtustest, mida me hindame ja meie hoiakutest objekti või situatsiooni suhtes.” (Johnson-Cartee, Copeland 2004: 91). Ka Kecskemeti (1973) on juhtinud tähelepanu, et veenmine nõuab „täielikku emotsionaalset” ühtsust veenja ja publiku vahel. Ja McNair ütleb otse: „Ei ole kahtlust, et imidžit on hakatud pidama tähtsamaks kui ei kunagi varem.” (McNair 1999: 39).

Käesolev töö pakub välja ühe lähenemisviisi erakondade kuvandite empiiriliseks uurimiseks.

Teooria kokkuvõte ja käesoleva uuringu eesmärk

Eelnevast tulenevalt võtab käesolev uurimus aluseks järgmised teoreetilised lähtekohad.

- 1) Poliitilise kommunikatsiooni olulisus poliitilises protsessis ning ühiskonnas tervikuna, millest järeldub uuritava teema potentsiaalne tähtsus;

- 2) Jätakuvalt väike hulk teadmisi poliitilise kommunikatsiooni toimimismehhanismidest, mida käesolev uuring püüab oma tagasihoidlikul moel täiendada
- 3) Lähtudes pigem sotsiaal-psühholoogilisest retseptsioonimudelist, võtan erilise tähelepanu alla erakondade emotsionaalsema kuvandi kui seisukoha kujunemisel olulise faktori ning üritan seda mõõta. Töö lähtub arusaamast, et valijakäitumist suunavad lisaks ratsionaalsetele ning inimeste poolt selgelt sõnastatud ratsionaalsetele motiividele ka emotsionaalsemad eelarvamused, mis kujundavad poolehoidu konkreetsete poliitikute suhtes. Seega erakondade formaalsete jaotuste kõrval parem-vasakpoolseteks ning nende poliitikate või kampaanialubaduste vajalikkuse/ebavajalikkuse analüüsi kõrval tasub otsida võimalust kaardistada inimeste intuiitvsemaid arusaame erakondadest.
- 4) Jälgin muutusi erinevatesse sihtrühmadesse kuuluvate inimeste arvamustes, sh juba olemasoleva valimiseelistusega inimeste grupis, mitte ei otsi ainult valimiseelistuse muutusi.
- 5) Andes aru konkreetsete kommunikatsiooniaktide mõjude mõõdetavuse keerukusest, hoidun empiirilise materjali poolt otseselt mitte-tõestatavate kausaalsete seoste esiletoomisest.

Uurimistöö eesmärgiks on analüüsida valijakäitumisega seonduvaid eelarvamustes, nendega seostuvaid erakondade kuvandeid ning jälgida (potentsiaalsete) valijate seisukohtade kujunemise dünaamikat kampaania perioodil. Peamiselt keskendutakse erinevate Eesti erakondade kuvandite tuvastamisele sihtrühmade seas enne ja pärast Riigikogu 2007 valimiste kampaaniat.

Peamised uurimisküsimused:

1. Milline on erakondade kuvand inimeste silmis ning kui erinevana nähakse erakondi?
2. Milliste sotsiaaldemograafiliste tunnuste alusel eristuvad vastajad oma seisukohtades?
3. Kuidas on arvamused valimiste suhtes seotud arvamustega erakondade suhtes? Kuidas näevad erakondi erineval hulgal valimistele tähelepanu pööravad inimesed, oma mõju valimistulemustele erinevalt hindavad inimesed, valimiste tähtsust erinevalt hindavad inimesed?
4. Millised muutused on toimunud arvamustes kahe küsitluse vahelisel ajal, millesse jäi valimiskampaania? Kuidas on muutunud inimeste huvi valimistesse, hinnang oma suutlikkusele tulemust mõjutada ja hinnang valimiste tähtsusele, valmisolek valida minna?
5. Kuidas on muutunud hinnangud erakondadele? Kas on võimalik välja tuua sotsiaaldemograafilisi või situatiivseid tegureid (nagu tähelepanu valimistele, valimiste tähtsaks pidamine), mille osas on näha tähelepanuväärseid muutusi pärast kampaaniat?

II Metoodika

Uuring põhineb valitud inimeste hulga seas kaks korda (nn lainetena) läbiviidud standardiseeritud küsitluse tulemuste analüüsil, kusjuures esimene küsitlus toimus enne aktiivse valimiskampaania käivitumist (detsembris) ja teine vahetult enne valimisi (veebruari lõpupäeval), st peamise osa valimiskampaania järel. Küsitlust võib pidada nn paneeluuringuks (Bartle 2001b), mida Bartle on pidanud kõige otstarbekamaks, et potentsiaalselt tuvastada ka teatud kausaalseid seoseid. Samas rõhutab Bartle metoodika miinusena, et konkreetseid stimulaatoreid ei ole võimalik esile tuua (Bartle 2001b: 150) ning täiendavaid metodoloogilisi keerukusi, näiteks ka käesoleva uuringu puhul tekkinud raskus saada vastused 100%-lt esmavastanutest.

Küsitlus oli individuaalne, st küsitlejale teadaolevalt vastasid kõik küsitluses osalenud ankeedile üksinda. Laekunud vastuseid analüüsitakse uuringus grupina mitte ühtseid vaateid ja grupisiseste mõjude dünaamikale avatud inimhulgana, vaid kui hulka indiviide.

Kordusküsitluse ajastuse puhul tuli silmas pidada, et see toimuks enne valimisi, et valimistulemused hoiakuid ei mõjutaks, kuid samas pidades silmas üldist suundumust, kus valimiskampaaniate ressursid saavutavad maksimumvõimsuse just vahetult enne valimisi. Seega, kuna käesolevas uuringu põhiosa läbiviimise ajale järgnes veel kolm kampaaniapäeva, ei saa väita, et käesolev uuring võtaks arvesse kogu kampaaniamahu potentsiaalseid mõjusid. Samas on Eestis tulenevalt eelvalimiste ja internetihääletuse populariseerumisest ka erakondade kampaaniad muutunud intensiivsusest stabiilsemaks ja ressursside koondamine valimispäeva eelsele paarile päevale ei ole enam proportsionaalselt niivõrd ulatuslik kui 90ndatel.

Küsimustiku peamise osa moodustas viie Eesti parlamendis esindatud erakonda kirjeldamine semantilise diferentsiaali skaalal, mis koosnes 16st vastandlikust sõnapaarist. Kõigi küsimuste puhul, kus tuli vastuses valida sobiv erakond, oli võimalik valida variant, mis viitab mõne parlamendis mitte-esindatud erakonnale (Roheliste Erakond, kes osutus valimistel valituks, ei olnud küsitluses kajastatud).

Küsimustik lähtub James Grunigi situatsiooniteooriast. Kommunikatsiooni auditooriume, antud juhul potentsiaalseid valijaid on James E. Grunigi järgi (Grunig 1992) ideaalne jagada kategooriatesse, mis võimaldavad ennustada sarnast reaktsiooni organisatsiooni(de), antud juhul erakondade kommunikatsioonile. Grunig toob esile kolm peamist muutujat:

Esiteks, probleemi tunnetus. See näitab, kuivõrd inimene tajub oma situatsioonis midagi ebaselget või määramatut

Teiseks, piiratud taju. See näitab, kuivõrd kõrgeks inimene hindab omaenda võimet ebaselget situatsiooni lahendada või lahendust suunata.

Kolmandaks, kaasahaaratus. See näitab, kuivõrd inimene tunneb isiklikku huvi situatsiooni vastu.

Grunig kombineerib kolme põhinäitaja erineva tasemel olevaid inimesi eraldiseisvatesse gruppidesse. Käesoleva uuringu valimi väiksust arvestades võrreldakse vastajaid põhinäitajate järgi eraldi ning virtuaalseid gruppe neist ei looda.

Küsimustik kasutab Charles E. Osgoodi poolt populariseeritud ning Aune Pasti poolt eestistatud (Past 2005) semantilise diferentsiaali mõõtmise süsteemi, mis on töö autori hinnangul sobilik erakondade kuvandi kirjeldamiseks, kuigi kindlasti on alternatiivseid mooduseid (vt nt Raudsaar & Tigasson 2006, kes kasutasid küll semantilist diferentsiaali, kuid väiksemat arvu kategooriaid ja teisi vastandsõnade paare).

Küsitluses pidi vastaja hindama kumb igast sõnapaarist kirjeldab tema tundeid antud erakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda tema meelest kõige paremini. Valiku pidi tegema numbriliselt vahemikus 1st 7ni, kus number 1 tähistas ühte äärmust (nt “kiire”) ja 7 teist äärmust (nt “aeglane”), vahepealsed numbrid vastavalt kahanevas ja kasvavas suunas antud omadusi kiirust ja aeglust. Hinnang “4” väljendas seega kõigi sõnapaaride puhul neutraalset hinnangut.

Erakondadest olid küsitlustes kajastatud nimeliselt kõik parlamendis esindatud erakonnad ning seal, kus kohane, oli toodud vastusevariandina „teised” või samasisuline ekvivalent. Kus vajalik, oli viide ka erakonna varasemale nimetusele (nt Mõõdukad-Sotsiaaldemokraadid). Hetkeolukorda puudutavates küsimustes oli Isamaa- ja Res Publica Liit kajastatud ühe, ühinenud erakonnana, minevikku puudutavates küsimustes olid Isamaaliit ja Res Publica eraldi välja toodud.

Esmaküsitluse läbiviimisel kasutatud küsimustik (Lisa 1) sisaldas kokku 122 küsimust ja sisaldas mitmeid teemasid, mis ei osutunud uuringuküsimusi silmas pidades relevantseks, mida kordusküsitluse läbiviimisel enam ei kasutatud ja mille tulemused käesoleva töö raames käsitlemist ei leia.

Küsitlused toimusid interneti teel (aadressil www.eformular.com/allar/mkum).

Küsitlus oli anonüümne, säilis vaid vastajate arvutite IP aadress, mis võimaldab jälgida, et kõik täidetud ankeedid on unikaalsed.

Esimesele küsitlusele vastasid 60 inimest peamiselt ajavahemikus 11-15. detsember 2006.

Küsitletavate valik oli nn mugavusvalim (e-postitus tuttavatele), millele vabatahtlikud said reageerida. Kordusküsitluse täitmise palve said samad isikud.

Kordusküsitlusele (Lisa 2) vastasid 67 inimest peamiselt ajavahemikus 26-28. veebruar, st kaks ja pool kuud hiljem. Kordusküsitlusele vastanute arv on algsest suurem, kuna algne küsitlus saadeti välja laiemale inimeste hulgale (orienteeruvalt 150 inimest) ning kordusküsitlust ei olnud võimalik küsitluse anonüümsuse tõttu saata ainult juba vastanutele. Kordusküsitlusele vastanutest 42 isikut olid vastanud ka detsembris ning uuring vaatleb nende vastuseid. Detsembris vastanud 60 isiku ja veebruaris vastanud 42 sotsiaaldemograafiline profiil üldjoontes ühtivad, mistõttu võib kordusküsitlusest osavõtnute hulka pidada representatiivseks algse küsimustiku täitnute osas.

Andmetöötlus toimus Microsoft Excel programmis, millega leiti peamise näitajana hinnete keskmised. Ühtlasi viidi kõigi gruppide vaheliste keskmiste hinnete statistilise reliaabluse tuvastamise eesmärgil läbi andmete T-Test (mitte paaris, ebavõrdsete gruppide vahel; Microsoft Excelis vastavalt valikusuvandid “two-tailed unequal distribution” ja “two-sample unequal variance”), kus võeti statistiliselt oluliseks T-testi tulemused alla 0,1 st mis kehtivad rohkem kui 90% kohta koguvahimist. Käesoleva töö raames on “statistiliselt olulise” või “statistiliselt relevantse” erisusena toodud välja vastava testi läbinud andmed.

Vastajate sotsiaaldemograafiline profiil

Küsitlusele vastanud ei esinda sotsiaaldemograafiliselt eesti rahvast tervikuna ning see pole ka käesoleva uuringu taotlus. Kuna küsitlus toimus interneti teel, eesti keeles ning tuttavate seas, sattus vastajate sekka keskmisest enam noori ning kõrgharidusega isikuid (vt Tabel 1), mis statistiliselt ei peegelda valijaskonda tervikuna, samuti oli ebaproportsionaalselt palju (võrreldes representatiivsete arvamusküsitlustega ja ka valimistulemusega) Isamaa- ja Res Publica Liitu kuuluvaid või toetavaid isikuid. Küll aga võimaldab uurimus teha järeldusi eelkõige noorte, kõrgema haridusega inimeste poliitiliste eelistuste ja seisukohtade kohta ning esmatahtsana vastata uurimuse küsimustele, mis puudutavad seisukohtade muutumist enne ja pärast valimiskampaaniat.

Esimesele küsitlusele vastanute seas olid mehed ülekaalus: vastas 35 meest ja 25 naist. Kordusküsitluse puhul oli mehi 23 ja naisi 19. Protsentuaalselt oli mehi esimeses valimis 58%, kordusküsitluses 55%, naisi vastavalt 42 ja 45%.

Vanuselisel esindasid vastanud pigem nooremat valijat. Esmaküsituses oli 46 vastanut vanuses 17-30, kordusküsitluses 30 vastanut (protsentuaalselt vastavalt 77% ja 71% valimist). Noorematele küsitlust ei saadetud. 13 vastanut paigutasid vanusegruppi 31-50, kordusküsitluses kuulus sellesse vanusegruppi 11 vastanut (protsentuaalselt vastavalt 22% ja 26%) ja mõlemal küsitluskorral oli üks vastanu vanem kui 51.

Haridustasemelt esindavad vastused pigem kõrgharidusega või edasi õppivate inimeste seisukohti. Algses küsitluses oli 1 vastanu põhiharidusega (kordusküsitluses 0). 13 vastanut olid algses valimis keskharidusega, kordusküsitluses oli vastav näitaja 10 (protsentuaalselt vastavalt 22% ja 24% vastanutest). 46 algselt vastanut olid vähemalt kõrgharidusega, kordusküsitluses 42 (protsentuaalselt vastavalt 77% ja 76%).

60st algselt vastanust 11 kuulusid poliitilistesse erakondadesse – neist 9 Isamaa ja Res Publica Liitu (IRL), üks Sotsiaaldemokraatlikku erakonda (SDE) ja üks Reformierakonda. Kordusküsitluses oli erakondliku kuuluvusega 9 isikut (6 IRL liiget, 1 SDE liige ja 2 Reformierakonna liiget). Seega ei ole ka selles osas valim representatiivne, kuid üldjoontes järjepidev. Reformierakonda kuuluvate inimeste arvu kasvu põhjuseks kahe küsitluslaine vahepeal võib eeldatavasti pidada asjaolu, et üks vastajatest ühines vahepeal erakonnaga, kuid konkreetne info selle kohta puudub. Vastajate rahvust ankeedis ei küsitatud, tulenevalt küsimustiku keelest ja vastamispalve saanute enamusest võib eeldada, et valdav osa vastanutest on eestlased. Sissetulekute taset küsitluses ei küsitatud.

Kuna valim ei ole rahvastiku osas representatiivne ning erinevad grupid on liiga väikesed, tagamaks adekvaatset võrdlust, siis sotsiaaldemograafiliste parameetrite järgi seisukohtade erinevusi antud uurimus ei puuduta, välja arvatud naiste ja meeste erinevad seisukohad, kuna siin on rühmad võrreldava suurusega.

Tabel 1: Kahele küsitlusele (enne ja pärast kampaaniat) vastanute üldandmed

Sugu	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Mees	35	58	23	55
Naine	25	42	19	45
Kokku	60	100	42	100
Vanus	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
17-30	46	77	30	71
31-50	13	22	11	26
51+	1	2	1	2
Ei vastanud*	0	0	0	0
Kokku	60	100**	42	100
Haridus	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Põhiharidus	1	2	0	0
Keskharidus	13	22	10	24
Kõrgharidus +	46	77	32	76
Kokku	60	100	42	100
Erakondlik kuuluvus	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Puudub	49	82	33	79
Isamaa ja Res Publica Liit	9	15	6	14
Reformierakond	1	2	2	5
Sotsiaaldemokraatlik erakond	1	2	1	2
Kokku	60	100	42	100
Kas mäletad, keda valisid 2003?	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Ei mäleta	2	3	0	0
Ei osalenud	7	12	7	17
Isamaaliit	8	13	5	12
Möödukad	4	7	6	14
Rahvaliit	1	2	0	0
Reformierakond	13	22	9	21
Res Publica	23	38	15	36
Mõni muu	1	2	0	0
Mäletan isikut, aga mitte erakonda	1	2	0	0
Kokku	60	100	42	100
Millist erakonda toetate enim praegusel hetkel?	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Raske öelda	8	13	6	14
Keskerakond	1	2	1	2
Isamaa ja Res Publica Liit	27	45	23	55
Sotsiaaldemokraatlik erakond	10	17	5	12
Rahvaliit	1	2	0	0
Reformierakond	13	22	6	14
Muu	0	0	1	2
Kokku	60	100	42	100
Rahulolu 2003 valikuga	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Pigem ei ole rahul	12	20	9	21
Pigem on rahul	38	63	24	57
Ei mäleta/Ei osalenud/Raske öelda	10	17	9	21
Kokku	60	100	42	100

* Üks vastanu jättis kordusküsitluses oma vanuse märkimata, tema kuuluvus 19-30 aastaste vanuserühma oli kindlaks tehtav sama koodnimega isiku vastustest esmaküsitluses.

** Siin ja edaspidi: protsendid summaarselt ei pruugi anda tulemuseks 100 tulenevalt ümardamisest täisarvudeni.

III Tulemused

Esitan uurimustulemused kahes osas. Esiteks, staatiline pilt erakondade kuvanditest erinevate sihtrühmade silmis. Teiseks, dünaamiline pilt kuvandites ja inimeste hinnangutes toimunud muutustest 2,5 kuu pikkuse ajavahe järel, mil toimus valimiskampaania.

A Erakondade kuvandid

Erakondade kuvandite vaatlemiseks võtan aluseks esmaküsitlusel antud hinnangud, kuna need põhinevad suuremal valimil ning on teatav tõenäosus, et need hinnangud on vähem olnud mõjutatud üksikute lühiajaliste signaalide poolt, mida valimiskampaania ajal on tüüpiliselt rohkem.

1. Üldhinnangud

Suured erinevused

Erakondi nähakse üsna erinevatena (vt Tabel 2). Enamike kategooriate puhul erinesid erakondadele antud hinnangud üksteises 2-3 palli (kokku 7 palli raames), keskmiselt 2,5 palli. Kõige ekstreemsemaid erinevusi nähti teljel “puhas-määrdund”, kus 1 tähistas “puhast” ja 7 “määrdund” ning Sotsiaaldemokraatlik erakond (SDE) sai hindeks 3 ja Keskerakond 6,4. Kõige väiksemaid erinevusi nähti kategoorias “kasvav

Tabel 2: Keskmised hinnangud erakondadele vastava sõnapaari järgi*

	1 Kiire 7 Aeglane	1 Oma 7 Võõras	1 Värviline 7 Hall	1 Avatud 7 Suletud	1 Jõuetu 7 Jõuline	1 Soe 7 Külme	1 Kahanev 7 Kasvav	1 Arenev 7 Paigal.
Reform	2,6	3,8	2,9	3,2	4,5	4,3	4,5	3,6
SDE	4,5	3,6	4,3	3,0	2,9	3,0	3,8	4,1
ERL	5,9	6,2	5,9	5,8	4,2	5,1	3,4	5,6
Kesk	4,5	6,2	4,8	5,8	5,8	5,0	5,0	4,7
IRL	3,7	3,3	3,4	3,2	3,8	3,5	4,3	3,6

	1 Üleolev 7 Võrdne	1 Tõusev 7 Langev	1 Üksluine 7 Mitmek.	1 Turvaline 7 Ohtlik	1 Peletav 7 Ligitõmbav	1 Puhast 7 Määrdund	1 Ebasõbralik 7 Sõbralik	1 Killustatud 7 Ühtne
Reform	2,6	3,2	4,0	3,6	4,1	4,2	4,0	4,9
SDE	5,2	3,8	3,8	2,9	4,5	3,0	5,1	4,8
ERL	2,7	5,1	2,5	5,3	1,9	6,1	2,3	4,4
Kesk	2,7	4,1	3,3	5,8	1,7	6,4	2,6	3,8
IRL	4,1	3,6	4,6	3,0	4,5	3,6	4,7	2,7

* Nüüd ja edaspidi on kasutusel järgmised lühendid: SDE – Sotsiaaldemokraatlik erakond, IRL – Isamaa ja Res Publica Liit; Reform – Reformierakond, Kesk – Keskerakond, ERL – Rahvaliid

-kahanev”, kus erinevused piirdusid 1,6 palliga.

Erakondade iseloomustused

Kui teisendada keskmised hinded binaarsesse süsteemi (keskmised hinded alla 4 teisendada üheks omadussõnaks, üle 4 teiseks), selguvad erakondade kohta antud grupis järgmised iseloomustused:

Reformierakond: Kiire, Oma, Värviline, Avatud, Jõuline, Külma, Kasvav, Arenev, Üleolev, Tõusev, Üksluine/Mitmekesine (0), Turvaline, Ligitõmbav, Määratud, Ebasõbralik/Sõbralik (0), Ühtne

Keskerakond: Aeglane, Võõras, Hall, Suletud, Jõuline, Külma, Kasvav, Paigalseisev, Üleolev, Langev, Üksluine, Ohtlik, Peletav, Määratud, Ebasõbralik, Killustatud

Isamaa ja Res Publica Liit: Kiire, Oma, Värviline, Avatud, Jõuetu, Soe, Kasvav, Arenev, Võrdne, Tõusev, Mitmekesine, Turvaline, Ligitõmbav, Puhas, Sõbralik, Killustatud

Sotsiaaldemokraatlik erakond: Aeglane, Oma, Hall, Avatud, Jõuetu, Soe, Kahanev, Paigalseisev, Võrdne, Tõusev, Üksluine, Turvaline, Ligitõmbav, Puhas, Sõbralik, Ühtne

Rahvaliit: Aeglane, Võõras, Hall, Suletud, Jõuline, Külma, Kahanev, Paigalseisev, Üleolev, Langev, Üksluine, Ohtlik, Peletav, Määratud, Ebasõbralik, Ühtne

Kui arvestada ainult äärmusi (st et kuna Reformierakonda peeti keskmise hinde järgi kõige kiiremaks, iseloomustab sõna “kiire” eelkõige Reformierakonda ja mitte ühtegi teist erakonda, ning kuna Rahvaliitu peeti kõige aeglasemaks, iseloomustab sõna “aeglane” ainult Rahvaliitu), selgub tulemuseks, et eelkõige iseloomustavad erakondi aga järgmised märksõnad (vt ka Tabel 3):

Reformierakond: Kiire, värviline, tõusev, ühtne, üleolev

Keskerakond: Jõuline, suletud, peletav, määratud, kasvav, ohtlik

Isamaa ja Res Publica Liit: Oma, arenev, mitmekesine, ligitõmbav, killustunud

Sotsiaaldemokraatlik erakond: Avatud, soe, turvaline, puhas, võrdne, sõbralik, jõuetu

Rahvaliit: Aeglane, võõras, hall, külma, paigalseisev, langev, üksluine, kahanev, ebasõbralik

Tabel 3: Erakondade paiknemine küsitletute semantilistel skaaladel

Kiire	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Aeglane
Oma	IRL	SDE	Reform	Kesk	ERL	Võõras
Värviline	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Hall
Avatud	SDE	Reform	IRL	ERL	Kesk	Suletud
Jõuline	Kesk	Reform	ERL	IRL	SDE	Jõuetu
Soe	SDE	IRL	Reform	Kesk	ERL	Külm
Kasvav	Kesk	Reform	IRL	SDE	ERL	Kahanev
Arenev	IRL	Reform	SDE	Kesk	ERL	Paigalseisev
Võrdne	SDE	IRL	Kesk	ERL	Reform	Üleolev
Tõusev	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Langev
Mitmekesine	IRL	Reform	SDE	Kesk	ERL	Üksluine
Turvaline	SDE	IRL	Reform	ERL	Kesk	Ohtlik
Ligitõmbav	IRL	SDE	Reform	ERL	Kesk	Peletav
Puhas	SDE	IRL	Reform	ERL	Kesk	Määrdunud
Sõbralik	SDE	IRL	Reform	Kesk	ERL	Ebasõbralik
Ühtne	Reform	SDE	ERL	Kesk	IRL	Killustunud

Nagu eelnevast näha, peetakse kõige selgemalt eristunud kuvanditega erakondadeks Rahvaliitu ja Sotsiaaldemokraate – esimene saab kõige äärmuslikuma hinde üheksas kategoorias, teine seitsmes. Ülejäänud erakonnad osutuvad keskpärasemaks. Kindlasti on sümptomaatiline, et kuna valimis on enim toetajaid Isamaa- ja Res Publica Liidul (ning ka selle erakonna liikmeid on valimis ebaproportsionaalselt palju), siis on just see erakond kõige “omam”.

Olukorras, kus erakondade liigitamine poliitikate kaupa parem- ja vasakskaalal on muutunud keeruliseks, on näha, et inimeste emotsionaalsetes hinnangutes jagunevad erakonnad selgelt kahte rühma – Rahvaliit ja Keskerakond paigutatakse ühte äärmusesse 27-l juhul 32st võimalikust (16 kategooriat kummagi erakonna kohta). Reformierakond, IRL ja Sotsiaaldemokraatlik erakond aga asetatakse skaalal teise äärmusesse (43-l juhul 48st võimalikust).

2. Hinnangud rühmade kaupa

Tuvastamaks selgemalt erakondade kuvandite erinevusi erinevate sihtrühmade seas, kategoriseerin antud sõnapaarid "positiivseteks" ja "negatiivseteks". Niisugune kokkulepe eeldab subjektiivset hinnangut, kas nt "jõulisus" on positiivne omadus ja "kahanemine" negatiivne poliitiliste erakondade puhul. Käesolevas uuringus lähtun järgmistest kategooriatest:

Positiivseteks omadusteks peetakse antud uurimuse kontekstis järgmisi märksõnu: kiire, oma, värviline, avatud, jõuline, soe, kasvav, arenev, võrdne, tõusev, mitmekesine, turvaline, ligitõmbav, puhas, sõbralik, ühtne.

Negatiivseteks omadusteks peetakse antud uurimuse kontekstis järgmisi märksõnu: aeglane, võõras, hall, suletud, jõuetu, külm, kahanev, paigalseisev, üleolev, langev, üksluine, ohtlik, peletav, määrdunud, ebasõbralik, killustatud.

Ühegi sotsiaaldemograafilise rahvarühma baasilt statistiliselt olulisi erinevusi hinnangutes käesolevat empiirilist andmestikku aluseks võttes ei olnud võimalik tuvastada.

Hinnangud situatiivsete rühmade kaupa

Sihtrühmade kaupa võrreldes lähtuti Grunigi situatsiooniteooriast ning võrreldi vastanuid vastavalt nende probleemitunnetusele, kaasahaaratusele ning piiratuse tajumisele. Selleks esitati alguses küsimusi valimiste tähtsuse ja mõju kohta.

Kaasahaaratus (vt Lisa 3)

Küsimusele: Kui tihti mõtlete sellele, et märtsis on tulemas parlamendivalimised? vastas 2 inimest "mitte kunagi", 6 inimest "harva", 18 "mõnikord" ja 33 "sageli". Üks vastaja ei osanud sobivat vastust määrata.

Tausta huvides olgu märgitud, et küsimusele, kas kavatsete minna valima, vastas 49 küsitletut "kindlasti" ning 8 küsitletut "pigem jah", moodustades nii 57 inimeselise enamuse 60st küsitluses osalenust, seega ei saa antud kriteeriumit kaasahaaratuse või mitte-haaratuse mõõtmiseks adekvaatselt kasutada.

Selguse huvides on seega otstarbekas jaotada vastanud 2 gruppi küsimuse alusel, kas nad olid küsitluse alguses valimistest teadlikud ja mõtlevad sellele: inimesed, kes mõtlevad valimistele "sageli" (33), seega on kõrge kaasahaaratusega ning inimesed,

kes mõtlevad sellele "mõnikord" või harvem (kokku 26), seega madala kaasahaaratuse astmega.

Selgub, et statistiliselt oluliselt erinevad "sageli" valimistele mõtlevate isikute hinnangud 13-l kategoorias 80st vähem valimistele mõtlevatest isikutest. Neist valdaval juhul, 11-l puhul 38st on "sageli" valimistele mõtlevate inimeste hinnangud negatiivsemad, kui nendel, kes vähem valimistele mõtlevad. Kahe erandina hindavad sageli valimistele mõtlevad isikud Keskerakonda "jõulisemaks" ja "ühtsemaks" kui harvemini valimistele mõtlejad. Suurem kriitilisus esineb eelkõige Rahvaliidu (6s kategoorias) ja Keskerakonna puhul (4s kategoorias). Kõige suuremad erinevused on küsimustes, kas Rahvaliit on "üleolev" (1) või "võrdne" (7), kus sageli valimistele mõtlejad annavad keskmiseks hindeks 2,1 ning teised 3,4 ning küsimuses, kas Keskerakond on "killustatud" (1) või "ühtne" (7), kus sageli valimistele mõtlejad annavad hindeks 4,3, teised 3,2.

Kuna kordusküsitluses mõtles ulatuslik enamik vastajaid valimistele "tihti", polnud statistiliselt võimalik erinevusi võrrelda.

Piiratud tajumine (Vt Lisa 4)

Teiseks kategooriaks on inimeste tajutav võime kutsuda esile muutusi. Selle tuvastamiseks esitati küsitletavatele küsimus, kuivõrd teile tundub, et te saate oma käitumisega mõjutada valimistulemust? 3 vastajat leidis, et nad "ei mõjuta üldse", 37 arvas, et nad mõjutavad "vähem", 13 leidis, et nad mõjutavad "tuntavalt" ja 6, et nad mõjutavad "palju". 1 vastaja "ei osanud öelda". Nende vastuste alusel on otstarbekas jagada vastused kahte kategooriasse: need, kes leiavad, et nad mõjutavad vähem või üldse mitte (40) ning need, kes enda hinnangul mõjutavad tuntavalt või palju (19). Kordusküsitluses olid vastavates gruppides 26 ja 15 isikut.

Statistiliselt olulisi erinevusi esines 8-s kategoorias, mõlema küsitluse laine ajal. Samas ei tulnud algset küsitlust ja kordusküsitlust vaadeldes välja selgeid reeglipärasusi, kuidas on piiratud tajumine seotud erakondade kuvanditega, seega käsitlen antud situatiivset indikaatorit analüüsi seisukohalt ebaolulise tunnusena.

Probleemi tunnetus (vt Lisa 5)

Kolmandaks oluliseks määratlejaks on inimeste tunnetus "probleemi" osas st arusaamine, kas küsimus on oluline. Selle osas erinevate arvamuste tuvastamiseks küsiti inimestelt, Kuivõrd oluliseks peate te tulevase valimisi? 1 vastaja pidas "vähem"

ja 1 "üldsegi mitte" oluliseks; 20 pidas valimisi "mõningal määral" oluliseks, ning 38 "väga" oluliseks. Siin jällegi on otstarbekas jaotada vastajad kahte gruppi, kes on erineva probleemitunnetusastmega: ühed, kes peavad valimisi "väga" oluliseks (38), teised, kes peavad "mõningal määral", "vähe" või "üldsegi mitte" oluliseks (22).

Statistiliselt olulised erinevused esinevad kahe grupi hinnangute vahel 16-s kategoorias. Nende hulgas, kes peavad valimisi "väga oluliseks", on pea alati (15-l juhul 16st) hinnangud kõigile erakondadele negatiivsemad, kui nende seas, kes valimisi nii oluliseks ei pea. Ainus "teisesuunaline" erinevus on hinnangus Keskerakonna "ühtsusele", mida valimiseks tähtsamaks pidajad hindavad kõrgemalt kui teised. Erinevused ulatuvad 0,8-0,9 pallini, näiteks on valimisi väga tähtsaks pidajate hinnangul Rahvaliit oluliselt ebasõbralikum (1,9) kui valimisi vähemtähtsateks pidavate jaoks (2,8). Samuti hindavad valimisi tähtsamaks pidajad Keskerakonda ja Rahvaliitu "võrdse-üleoleva" skaalal hindegas 3,2 ja valimisi vähemtähtsaks pidajad hindegas 2,4 st näevad neid erakondi märgatavalt "võrdsemana", st positiivsemana.

Sama tendentsi kinnitas vastav andmete võrdlus ka kordusküsitluses, kus erinevused valimisi oluliseks pidajate ja vähem oluliseks pidajate vahel olid võimendunud. Valimisi väga tähtsaks pidajaid oli 21 ja valimisi "mõningal määral" või "üldsegi mitte" tähtsaks pidajaid oli 20. Olulised erinevused esinesid kahe grupi hinnangute vahel 24-s kategoorias 80 st. Nende hulgas, kes peavad valimisi "väga oluliseks", on pea alati (20-l juhul 24st erinevusest) hinnangud kõigile erakondadele negatiivsemad, kui nende seas, kes valimisi nii oluliseks ei pea. Erandiks oli Sotsiaaldemokraatlik erakond, kelle osas enamikes kategooriates valimisi tähtsustavate inimeste hinnangud olid positiivsemad kui valimisi vähemtähtsaks pidajate omad. Kõige suuremad vahed olid hinnangutes Reformierakonnale, keda valimisi tähtsaks pidajad nägid oluliselt negatiivsemana (0,8+ palli) üheksas kategoorias 16st. Maksimaalsed erinevused ulatusid 1,3-1,4 pallini, nii nägid valimisi tähtsaks pidavad isikud Sotsiaaldemokraate võrdne-üleolev skaalal selle positiivsemas otsas (5,8 vs 4,5) ja Reformierakonda sama skaala teises äärmuses (2,0 palli vs 3,3 palli).

Probleemi- ja piiratusetaju ning kaasahaaratuse omavahelised seosed

Ühtlasi tulid välja kolme tunnuse esinemise omavahelised seosed. Sageli valimistele mõtleivate inimeste seas oli ca 10% võrra keskmisest rohkem neid, kes hindasid, et nende mõju valimistulemusele on "suur" või "tuntav" ning umbes samavõrra (12%)

keskmisest vähem neid, kes pidasid oma mõju olematuks või väikeseks. Keskmisena käsitlesin oma mõju "suureks" või "tuntavaks" hinnanute hulka koguvalemis (32%), "sageli" valimistele mõtlejate seas oli protsent 42.

Sageli valimistele mõtlejate seas hindas 82% valimisi "väga oluliseks", mis on keskmisest ca 20% rohkem.

Harvem valimistele mõtlejate seas olid ülekaalus (85%, ca 18% võrra rohkem keskmisest) need, kes hindasid oma mõju valimistulemusele "väikseks" või olematuks. Ühtlasi on nende seas ca viiendiku võrra rohkem neid, kes pidasid valimisi vähe-oluliseks (58% võrrelduna 37%-ga).

Kuna valimiste oluliseks pidamise, oma mõju piiratuse tajut ja valimistele mõtlemise sageduse omavaheliste kausaalsete seoste esitamine oleks spekulatiivne, vaatan neid seoseid ka teistes järjekordades.

Selgub, et valimisi pigem oluliseks pidavate inimeste seas on valimistele sageli mõtlejate hulk keskmisest ca 15% suurem (71% vs 55%) ning oma mõju valimistulemustele märkimisväärseks pidajate hulk keskmiselt 8% suurem (39%).

Valimisi pigem vähemoluliseks pidajate seas on ülekaalus need, kes mõtlevad valimistele harvemini (68%, keskmine 43%) ning 82% neist hindab ka oma mõju valimistulemusele väikseks või puuduvaks, mis on ca 15% suurem kui keskmiselt.

Oma mõju valimistulemustele tuntavaks või suureks hindajate seas on ka rohkem neid, kes valimistele tihti mõtlevad (74% vs 55%) ning kes valimisi pigem oluliseks peavad (79% vs 63%). Oma mõju valimistulemustele väikseks või puuduvaks hindavad inimesed mõtlevad valimistele ka pigem harvem (55% vastanutest, võrreldes 43%-ga keskmiselt) ning peavad ka valimisi ebaolulisemaks (väga või pigem oluliseks peab 55%, üldvalimist 63%).

Seega näitasid tulemused, et niisugused tunnused nagu valimiste tähtsaks pidamine, valimistele tihti mõtlemine ning oma mõju valimistulemusele märkimisväärseks pidamine on omavahel seotud; samuti nagu on seotud ka valimiste vähesem tähtsustamine, harvemini sellele mõtlemine ning oma mõju ebaoluliseks pidamine.

3. Erakondade seostatavus poliitikatega

Loomaks selgemat pilti erakondade osas olemasolevat kuvanditest sihtrühmade seas, uuris küsitlus ka milliseid erakondi seostatakse erinevate poliitikatega.

Algses küsitluses olid küsimused tagasivaatavad, seetõttu oli toodud Isamaaliit ja Res Publica eraldi ning Sotsiaaldemokraatliku erakonna puhul viidatud ka nende varasemale nimele Mõõdukad.

Tabelist 4 on näha, et mõned poliitikad on erinevate erakondade poolt selgelt hõivatud imagoloogiliste seoste mõttes (näiteks Reformierakonna tugev seotus majanduskasvu ja tulumaksu alandamisega), samas on mõned poliitikad, kus on pilt segasem, seega pole ükski erakond selge liider, näiteks haridus, turvalisus ja sotsiaalküsimuste osas.

Samas on oluline märkida, et küsides vastajatelt, Milline valdkond vajaks lähitulevikus enim poliitikute tähelepanu?, vastas 22 inimest "haridusküsimused", 12 "sotsiaalpoliitika", 10 inimest "tervishoid".

Kordusküsitluses küsitleti nõ. ettevaatavalt: Milline erakond teie meelest pöörab kõige

Tabel 4: Erakondade tagasivaatav seostatavus valdkonnapoliitikatega (vastanute hulk)

Milline erakond on teie meelest kõige enam ...	Reform	Isamaaliit	Res Publica	Kesk	Mõõdukad	ERL	Raske öelda / ei ükski neist
... aidanud kaasa tulumaksumäära vähendamisele?	51	2	2	1			4
... aidanud kaasa vanemahüvitise sisseviimisele?	25	2	19	2	8		4
... aidanud kaasa suurematele investeeringutele haridusse, koolidesse?	6	8	17	3	1	2	23
... aidanud kaasa majanduskasvule?	38	12	1				9
...pööranud tähelepanu turvalisuse tõstmisele? :	1	6	16	6	2		29
...pööranud tähelepanu kehvemal järjel olevate inimeste abistamisele? :		2	2	23	15	2	16
... aidanud kaasa pensionite tõstmisele?	2		1	34	4	3	16
...pööranud tähelepanu tervishoiuarede lahendamisele?		3	10	1	21		25
... teinud ära Eesti välis- ja/või kaitsepoliitikas? :	14	25	3		3		15

enam tähelepanu [teemale] – seega võttis kordusküsitlus arvesse just valimiskampaania käigus erakondade poolt kommunikeeritud teemasid ja prioriteete.

Selgusid järgmised tulemused:

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu tulumaksumäära vähendamisele?

Reformierakond	37
Keskerakond	2
Isamaa ja Res Publica Liit	1
Raske öelda / ei ükski neist	2

Seega on antud küsimuses selge korrelatsioon: kui küsimuses erakondade panuse kohta hindas tulumaksu vähendamisel kõige suuremaks Reformierakonna panust 51 vastanut 60st ehk 85% vastanutest, siis valimiskampaaniast on teinud sama järelduse 37 vastanut 42st ehk 88% vastanutest.

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu lastega perede toetamisele ja/või iibeprobleemidele?

Isamaa ja Res Publica Liit	18
Reformierakond	11
Keskerakond	2
Sotsiaaldemokraadid	5
Rahvaliit	1
Raske öelda / ei ükski neist	5

Siinkohal on oluline märkida, et kui tagasivaatavas küsimuses konkreetselt vanemahüvitise kohta hindas seda eelkõige Reformierakonna teeneks 25 60st ehk 42% vastanutest, siis küsimuses perede toetamise ja iibeprobleemide kohta üldsõnalisemalt ei peeta seda enam nii otseselt Reformierakonna teemaks – “Reformierakond” vastas 11 42st ehk 26%. Samal ajal kui Isamaa ja Res Publica panust kokku vanemahüvitise puhul hindasid esmatähtsaks 21 vastanut 60st ehk 35%, siis valimiskampaania põhjal väidab seda eelkõige selle erakonna teema olevat 18 42st ehk 43%.

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu majanduskasvule?

Reformierakond	36
Isamaa ja Res Publica Liit	6

Selle küsimuse puhul on näha, kuidas Reformierakond on valimiskampaania käigus oma ö. monopoli majanduskasvu teema üle inimeste arusaamistes kasvatanud 63%-lt (38 60st) 86%-le (36 42st), Isamaa ja Res Publica Liidu osakaal on kahanenud samas 22%-lt (13 60st) 14%-le (6 42st).

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu pensionite tõstmisele?

Keskerakond	32
Isamaa ja Res Publica Liit	3
Reformierakond	1
Sotsiaaldemokraadid	1
Raske öelda / ei ükski neist	5

Nagu majanduskasvu puhul, on oma monopoli pensionite teema üle kampaania käigus kinnistanud Keskerakond. Kui Keskerakonna panust pensionite tõstmisel pidas esmatähtsaks 34 60st ehk 57%, siis pensionitele enim tähelepanu pöörava erakonnana nägi Keskerakonda 32 42st ehk 76% vastanutest.

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu Eesti välis- ja/või kaitsepoliitikale?

Isamaa ja Res Publica Liit	19
Reformierakond	8
Sotsiaaldemokraadid	3
Keskerakond	1
Raske öelda / ei ükski neist	11

Selles kategoorias hinnangud vastavad praktiliselt üks-ühele inimeste eelpooltoodud hinnangutele vastavate erakondade senisele panusele valdkonnas.

Täiendavalt paluti vastajatel kordusküsitluses hinnata veel teemasid, mis valimiskampaanias kajastamist leidsid, kuid mille osas võrreldavat materjali algküsitluses polnud:

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu keskkonnaküsimustele?

Raske öelda / ei ükski neist	33
Sotsiaaldemokraadid	4
Rahvaliit	3
Isamaa ja Res Publica Liit	2

Kuna vastusevariantide seas puudus Roheliste Erakond, tuleb pidada loomulikuks, et 33 42st ehk 79% vastanutest valis variandi “Raske öelda/ Ei ükski nendest”, pidades ilmselt silmas eelkõige Roheliste Erakonda-

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu maaelu ja põllumajanduse edendamisele?

Rahvaliit	28
Sotsiaaldemokraadid	6
Isamaa ja Res Publica Liit	1
Raske öelda ei ükski neist	7

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu korruptsiooniga võitlusele?

Isamaa ja Res Publica Liit	29
Sotsiaaldemokraadid	7
Reformierakond	1
Raske öelda ei ükski neist	5

Valimiste puhul tüüpiliselt on korruptsioonivastase võitluse osas esikohal opositsioonierakonnad.

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu palkade tõusule?

Keskerakond	20
Reformierakond	16
Isamaa ja Res Publica Liit	3
Raske öelda ei ükski neist	3

Ühe valimiste peateemaks tõstetud küsimuse puhul pidasid selle osas eelkõige eestkõnelejaks Keskerakonda, on näha, et nii Keskerakond kui Reformierakond selles küsimuses teistele erakondadele ruumi ei jätanud ning jätsid palgateemast täiesti kõrvale Sotsiaaldemokraatliku erakonna, kes mujal Euroopas just töötajate õigusi, sh palka puudutavaid küsimusi eelkõige käsitleb.

B: Kuvandite muutus valimiskampaania jooksul

Järgnevalt vaatlen algküsitluse ja kordusküsitluse tulemuste põhjal, milline on inimeste informeerituse ja huvi valimiste suhtes ning nende hinnanguid erakondadele pärast 2,5 kuu pikkust valimiskampaaniat.

1. Valimiskampaania perioodi üldiseloostus

Hindamaks kahe ja poole kuu jooksul inimeste arusaamistes ja hinnangutes aset leidnud muutusi, tuleb esmalt lühidalt vaadelda olulisemaid sündmusi ja sõnumeid perioodil detsembri keskpaik kuni veebruari lõpp, mis võimaldaks hinnata valimiskampaania ja valimistega seotud kommunikatsiooni sisu ning taotletavaid tulemusi erinevate kommunikaatorite poolt.

Selleks osutus otstarbeks läbi viia trükimeedia vaatlus perioodil 15. detsember 2006 kuni 20. veebruar 2007, tuvastamaks teemasid/sündmusi, mis eeldatavasti on küsitletavateni meedia vahendusel jõudnud. Selleks identifitseerisin nimetatud perioodil kokku 7 teemat, mis vastasid kahele peamisele kriteeriumile: nendega seotud uudised leidsid kajastamist kõigis eestikeelsetes üleriigilistes päevalehtedes ja nendega seotud artikleid ilmus nädalast pikemal perioodil.

Küsid es kordusküsitluses küsitletavate käest, mis etteantud 7 meediateema loetelust nende endi hinnangul enim mõjutas valimiskampaania kulgu, selgusid järgmised tulemused:

Küsimus: Milline järgmistest meediateemadest on teie hinnangul kõige enam mõjutanud valimiskampaania käiku ning valijate eelistusi?

Maavahetuste skandaali uudised	12
Pronkssõduri ümber toimuv	9
Tallinna kesklinna korterite ümber puhkenud skandaal	2
Raudtee tagasiostu puudutav ning altkäemaksusüüdistused	1
Meditšiinitöötajate streigiähvordus	1
Tuumajaama rajamist ja energeetikat puudutavad uudised	1
Sakala keskuse lammutamise ümber toimuv	1
Raske öelda	5
Ei ükski neist	10
<i>Kokku</i>	<i>42</i>

Käsitlen neid teemasid lühidalt vastajate poolt antud hinnangute järgi tekkinud “tähtsusjärjekorras”. Maavahetuste skandaali uudised. Skandaal sai alguse Kaitsepolitsei poolt läbiviidud läbiotsimistest ning algatatud kriminaalasjast, mis uurib võimalikke korruptiivseid seoseid ettevõtjate poolt riigiga teostatud maadevahetuste ja neid maadevahetusi heaks kiitnud avalike teenistujate vahel. Skandaali tulemusena astus ametist tagasi Rahvaliidu esimees Villu Reiljan ning just Rahvaliitu on enim skandaaliga seostatud. Skandaal sai alguse oktoobri alguses, seega sündmuse otsesed võinuks avalduda juba käesoleva uuringu algfaasis, samas (nagu selgub vastajate hinnangutest) mõjutas see teema lõpuni valimiskampaania kulgu. Vähetähtsaks ei saa ka pidada kriminaalsüüdistuste ja intensiivse meediaskandaali emotsionaalset surve sihtmärgiks olnud poliitikutele ja erakonnale, kelle sisemine suutlikkus, energia ja valmisolek panustada kampaanias oli kahtlemata sellest tulenevalt piiratud.

Teiseks enimmimetatud teemaks oli Pronkssõduri ümber toimuv, mis seisneb laiemas ühiskondlikkus debatis küsimuse üle, kas Nõukogude Liidu okupatsiooni alguse mälestuseks püstitatud ausammas Tallinna kesklinnas tuleks teisaldada või ei. Küsimus on pika ajalooga ning muutus uuesti aktuaalseks ca mais 2006, mil iga-aastaselt selle juurde kogunev vene kogukonna hulgale reageerisid väga kriitiliselt mitmed eestlased ning kuju juures leidsid aset mitmed kohati füüsilised konfliktid. Teematika tagamaa on Isamaa- ja Res Publica Liidu pikaajaline püüd esindada nn rahvuslikult meelestatud valijat ning suur toetus võimul olnud Keskerakonnale vene valijaskonna seas. Seega oli Pronkssõdur muutumas potentsiaalseks konflikti sümboliks valitsuses domineerivat positsiooni omava Keskerakonna ja opositsioonilise Isamaa- ja Res Publica Liidu vahel. Tõenäoliselt murest, et viidatud konflikt võib tuua opositsioonilisele IRL-ile liiga silmapaistva võimaluse vastandumiseks, asus osaliselt sarnasele valijaskonnale konkureeriv Reformierakond võitlema Pronkssõduri teisaldamise eest, muutudes antud seisukoha kõige selgemaks kaitsjaks avalikkuses. Pikalt ja vaikselt vindunud teematika tõusis uuesti päevakorrale aasta alguses, mil Riigikogu võttis vastu seadusemuudatused, mis andsid Reformierakonna initsiatiivil valitsusele teoreetilise kohustuse (ja IRL ettepaneku järgi isegi kohustuse) kuju eemaldada – seisukoht, mille vastu positsioneerus aktiivselt Keskerakond ja mis tõi endaga kaasa märkimisväärse rahvusvahelise uudistetulva Venemaa poliitikutelt ja tähelepanu poliitilistele vastastele, kelleks selles küsimuses osutusid peamiselt siiski Keskerakond ja Reformierakond, lõigates IRL-ilt

ühe võimalik teema, millega valitsust rünnata ja venemeelsuses süüdistada. Kui Keskerakonna kandidaadid oma valimisplakatil esinesid kõik sinimustvalge rahvuslipuga pöskedel, oli tulemusena keeruline IRL-il tõestada, et ta veel rahvuslikum on.

Kolmandaks märkimisväärseks teemaks oli skandaal, mille järgi Keskerakonnaga seotud isikutel oli õnnestunud Tallinnas üliodava hinnaga saada sundüürnikele mõeldud kortereid. Uudised jätkasid juba aastaid tagasi välja tulnud infot sarnastest skeemidest, mistõttu nende uudisväärtsuslikkus polnud liiga kõrge, samuti ei puudutanud teema otseselt väga tipp-tasemel tegijaid laiemal avalikkuse silmis (häältevõtmise potentsiaalilt). Skandaal sundis avalikkust tegevusest tagasi tõmbuma Keskerakonna fraktsiooni juhi ja volikogu aseesimehe Tallinna linnavolikogus, Elmar Sepa. Sotsiaaldemokraatlik erakond oli kõige häälekam kritiseerija ning eksploateeris teemat põhjalikult oma valimisloosungi „JOKK jätta!” raames. „JOKK” oli 2005 aastal käibele toodud lühend „juriidiliselt on kõik korrektne”, millega tähistati võimalike poliitikute tegusid, mis olid seaduslikud, kuid kriitikute arvates ebaetilisid.

Järgmiseks viidatud teemaks oli Eesti Raudtee senise nõukogu esimehe Edward Burkhardti poolt intervjuus ETV Pealtnägijale öeldud väide, et Reformierakond küsis Eesti Raudtee enamusosanikult BRSilt miljon eurot, lubades vastutasuks toetada riigi otsust BRSilt osalus tagasi osta. Tagasiost sai teoks ning ostu pidas üheks oma olulisimaks töövõiduks Keskerakond eesotsas tehingu eest vastutava majandus- ja kommunikatsiooniministri Edgar Savisaarega. Märkivalt oli tagasiost ühemõtteliselt hukkamõistev hinnang Raudtee kunagisele erastamisele nüüdse Isamaa- ja Res Publica Liidu esimehe Mart Laari juhtimisel.

Altkäemaksusüüdistust eitasid Reformierakonna poliitikud ning ka Burkhardti äripartnerid, ning Burkhardti äripartnerite läheduse tõttu IRL-ile tõlgendati kohati süüdistust katsena kahandada konkurendi populaarsust valimiseelses võitluses. Teema suri välja ca kümne päevaga.

Uue aasta alguses tulid arstid ja med-õed välja streigiähvardusega, kuna väidetavalt polnud valitsus, haiglad ja Haigekassa täitnud palgakokkuleppeid. Eestis ei ole sisuliselt olnud ühtegi elulist valdkonda puudutavat laiaulatuslikku üldstreiki, mistõttu võib-olla ei osata streiki piisavalt karta, samas ka võib seda üle dramatiseerida. Kindlasti aga võib väita, et streigi toimumise korral oleks tegemist olnud ainsa suure vapustusega, mis oleks muutnud kogu ühiskonnas hoiakuid ning kõikide valimiste

põhiküsimusega: kas vaja on muutust või vaja on jätkata praegusel kursil? Streik oleks olnud üks sündmus, mis oleks võinud tekitada avalikku nõudlust muutuse järele ja seega aidata eelkõige Sotsiaaldemokraate (kui ametiühingute õiguste eest võitlejate) ja IRL-i kui suurima opositsioonierakonna võimalusi. Kuna riiklik lepitaja oli endine IRL liige ja Arstide Liidu olulisim arvamusi liider IRLi liige, lisaks hulk ametiühingutegelasi SDE liikmed, siis võis eeldada ka kahe erakonna panust streigi osas. Keskerakonna sotsiaalministri eestvedamisel siiski tuldi lõpuks nõudmistele vastu ja streik jäi ära. Kuna Keskerakonna peamine kampaaniasõnum oli ka avaliku sektori palkadest, siis maandas see ära ka mõningad potentsiaalsed riskid neil teemadel.

Detsembris sündis juurde üks erakond, Roheliste erakond ning nende tegevus oli muu valimiskampaania ning poliitiliste uudiste puudusel enim meediahuvi pälvivaid erakondade omast – kuna tegemist oli uue nähtuse, uue maailmavaatega poliitilisel maastikul. Erakond võttis oma loosungiks „Uus energia”, mis oma mitmetähenduslikkuse kõrval viitas sellele, et nende peamiseks poliitiliseks huviks on takistada riiklikul energiaettevõttel Eesti Energia minna edasi plaanidega investeerida tuumaelektrijaama Leedus ning suunata riiklikud toetused tuuleelektri tootmisse Hiiumaa lähistel. Kampaania jooksul ründasid nad ka energeetika teemadel Keskerakonda ja Reformierakonda, üritades mängida valijate potentsiaalsetele hirmudele tuumajaama ees. Hoolimata väikesest kampaaniamahust ja kandidaatide vähesest tuntuusest ületasid nad Riigikogu künnise.

Viimaseks defineeritavaks teemaks valimiste eel oli Sakala keskuse lammutamise ümber toimuv, kus vastandpoolteks olid taas kord eelkõige kultuuriministri positsiooni hoidev ja Tallinna linna juhtiv Keskerakond ning Sotsiaaldemokraatlik erakond kui kõige aktiivsem kritiseerija. Vaidlus käis kinnisvaraarendusettevõtte õiguse üle lammutada osa arhitektuuriliselt väärtuslikuks peetavast Sakala keskusest ning laiemalt põhjustas spekulatsioone Keskerakonna korruptiivsusest, ühtides seega Sotsiaaldemokraatide peamise korruptsioonivastase loosungiga.

Kampaania ametlik osa ehk siis erakondade endi poolt ametlikult tõstatatud põhiteemaks kujunes inimeste palk ehk siis laiemalt motiiv sellest, kuidas ja kas riigi majanduskasv jõuab palgatöötajateni. Ajakirjandus spekuleeris, et tegemist oli kahe koalitsioonipartneri poolt kokkulepitud valimisteedega, mis võimaldaks ohutult üksteisele vastanduda. Nii rääkis Reformierakond läbi inimeste palkade sellest, miks on vaja keskenduda majanduskasvule ja pürgida selle poole, et Eesti saaks 15 aasta

pärast Euroopa viie jõukaima riigi hulka – afišeerides oma pikka vaadet tulevikku. Keskerakond rääkis käesolevas päevas hakkamasaamisest ning vajadusest tõsta eelkõige avaliku sektori töötajate palgad keskmiselt 25 000 kroonini. Isamaa- ja Res Publica Liidul otseselt ametlikku valimisloosungit ei olnudki, inimeste teadvusesse jäi kõige otsesemalt nõ. eelkampaania ajal lansseeritud sõnum „Õnn ei ole rahas”, mis ka justkui vastandus Keskerakonna ja Reformierakonna sõnumitele.

Täiendava pitseri valimiseelsele olukorrale pani presidendi valimine septembris, mille võitis Sotsiaaldemokraatliku erakonna esindaja Toomas Hendrik Ilves. Tema vastaskandidaati, Rahvaliidu taustaga Arnold Rüütli nähti kui tagurlikkuse ja nõukoguliku käitumise sümbolit. Ilvese võit Rüütli üle oli paljude jaoks ka moraalne laiem võit Keskerakonna ja Rahvaliidu üle, kes koos Rüütli toetasid. Sellest tulenevalt kahtlemata oli Riigikogu valimistel vähem ühiskondlikku protestimeelsust Keskerakonna suhtes.

Valimised võitis Reformierakond, kes saavutas 31 kohta Riigikogus. Keskerakond sai 29 kohta, Isamaa- ja Res Publica Liit 19 kohta, Sotsiaaldemokraatlik erakond 10 kohta, Roheliste erakond 6 kohta ja Rahvaliit 6 kohta 101st.

Tulemusest lähtuvalt oli üldjoontes valijate hinnang senisele suunale positiivne, koalitsioon sai 66 kohta 101st. Samas vastandusid peamised koalitsioonipartnerid Reformierakond ja Keskerakond oluliselt üksteisele.

Reformierakonna valimisvõidu puhul on märkimisväärne erakonna juba 2003 valimiste eel alguse saanud püüdlused laiendada oma toetusbaasi tüüpilisest liberaalsest erakonnast pigem konservatiivsemaks, laiapõhjaliseks rahvaerakonnaks. Sellesuunalised poliitikad demograafiaprobleemide lahendamisel ja pereväärtuste tähtsustamisel, keele-kultuuri-rahvastikupoliitikas ning mida kindlasti täiendas ka Pronkssõduri-temaatika on olnud olulised pikaajalised sammud selles suunas.

Nii võib meedia vaatluse ja isiklike tähelepanekute põhjal lühidalt kokku võtta valimiste-eelse poliitilise olukorra. Järgnevalt vaatlen, mis selle aja jooksul muutus inimeste arvamustes.

2. Inimeste kaasahaaratuse, huvi dünaamika

Kaasahaaratus. Kui detsembris küsitluse ajal mõtles 55% küsitletutest sageli sellele, et märtsis on tulekul Riigikogu valimised, siis veebruari lõpus vastanute seas oli vastav näitaja tõusnud 70%ni (vt Tabel 5). Seega võib küsitluse alusel väita, et inimeste teadvustatus valimistest kasvas valimiskampaania järel ja valimiste lähenedes.

Piiratud taju. Kui detsembris leidis 67% küsitletutest, et nende mõju valimistulemusele on väike või puudub, siis vastav number on valimiste lävepakul kahanenud valimi suurst silmas pidades minimaalselt – 5%. Samal ajal on 8% võrra

Tabel 5: Inimeste kaasahaaratuse, piiratud taju ja probleemitunnetuse dünaamika enne ja pärast valimiskampaaniat 2007

Kui sageli te mõtlete sellele, et märtsis on tulemas parlamendivalimised? :				
	Enne	%	Pärast	%
Raske öelda	1	2	0	0
Mitte kunagi	2	3	0	0
Harva	6	10	3	7
Mõnikord	18	30	10	24
Sageli	33	55	29	69
	60	100	42	100
Kuivõrd teile tundub, et te saate oma käitumisega mõjutada valimistulemust? :				
	Enne	%	Pärast	%
Raske öelda	1	2	1	2
Ei mõjuta üldse	3	5	0	0
Vähe	37	62	26	62
Tuntavalt	13	22	14	33
Palju	6	10	1	2
	60	100	42	100
Kuivõrd oluliseks peate te tulevase valimisi?				
	Enne	%	Pärast	%
Raske öelda	0	0	1	2
Üldsegi mitte	1	2	0	0
Vähe	1	2	1	2
Mõningal määral	20	33	19	45
Väga	38	63	21	50
	60	100	42	100
Kas kavatsete minna valima Riigikogu valimistel märtsis 2007?				
	Enne	%	Pärast	%
Raske öelda	0	0	1	2
Kindlasti mitte	1	2	0	0
Pigem ei	2	3	3	7
Pigem jah	8	13	7	17
Kindlasti	49	82	31	74
	60	100	42	100,0

kahanenud isikute arv, kes peavad oma mõju suureks (10%-lt 2,4%-le) ja vastavalt suurenenud oma mõju “tuntavaks” pidajate arv (22%-lt 33%-le).

Probleemi tunnetus. Sarnane tendents tuleb välja vastustest küsimusele, kui tähtsaks eelolevaid valimisi peetakse. Valimisi väga tähtsaks pidajate hulk on kampaania käigus kahanenud 13% (63%-lt 50%-le) ja valimisi “mõningal määral” oluliseks pidajate arv on kasvanud 12% (33%-lt 45%-le).

Täiendavalt tasub ära tuua ka vastajate deklareeritud valima mineku kavatsus, kus on sarnaselt näha, et “kindlasti” valima mineku kavatsusega inimeste arv on kampaania käigus kergelt kahanenud, tõenäoliselt valima minejate arv (aga ka tõenäoliselt valima mitte-minejate arv) on valimi suurust silmas pidades minimaalselt kasvanud.

Kokkuvõttes tuleb märkida, et kuigi kampaania järel ja valimiste lähenedes mõtlesid inimesed sagedamini valimistele, ei toonud see kaasa suuremat probleemitunnetust valimiste tähtsustamise näol või kasvava kavatsuse näol valimistel osaleda, samuti ei kasvanud inimeste usk oma rolli tähtsusesse.

3. Erakondade kuvandite muutus kampaania käigus

Käesolevas analüüsis osalenud isikute valimiseelistused 2,5 kuu pikkuse perioodi jooksul muutusid vähesel määral. Kergelt kasvas Isamaa ja Res Publica Liidu toetajate hulk (45%-lt 55%-le) ja kahanes Reformierakonna toetajate hulk (22%-lt 14%-le) (vt Tabel 6).

Erakondade kuvandid muutusid minimaalselt. Statistiliselt oluline muutuse toimus

Tabel 6: Vastanute erakondlikud eelistused enne ja pärast kampaaniat

Millist erakonda toetate enim praegusel hetkel?	Küsitlus 1	%	Küsitlus 2	%
Raske öelda	8	13,3	6	14,3
Keskerakond	1	1,7	1	2,4
IRL	27	45,0	23	54,8
SDE	10	16,7	5	11,9
Rahvaliit	1	1,7	0	0,0
Reform	13	21,7	6	14,3
Muu	0	0,0	1	2,4
Kokku	60	100,0	42	100,0

semantilise diferentsiaali skaalal kogu vaatlusaluse inimrühma hinnangutes ainult 5-s kategoorias (Vt ka Tabel 7, Lisa 6). Reformierakond muutus 0,6 palli võrra “jõulisemaks”, Isamaa- ja Res Publica Liit muutus 0,5 palli võrra “soojemaks” ja “puhtamaks” ning Rahvaliit muutus 0,7 palli võrra “kasvavamaks” ja 0,5 palli võrra “sõbralikumaks”. Seega ainsad märkimisväärsed muutused olid positiivse suunaga.

Tabel 7: Keskmised hinnangud semantilise diferentsiaali skaalal erakondadele enne ja pärast kampaaniat

Enne

	1 Kiire 7 Aeglane	1 Oma 7 Võõras	1 Värviline 7 Hall	1 Avatud 7 Suletud	1 Jõuetu 7 Jõuline	1 Soe 7 Külme	1 Kahanev 7 Kasvav	1 Arenev 7 Paigal.
Reform	2,6	3,8	2,9	3,2	4,5	4,3	4,5	3,6
SDE	4,5	3,6	4,3	3,0	2,9	3,0	3,8	4,1
Rahvaliit	5,9	6,2	5,9	5,8	4,2	5,1	3,4	5,6
Kesk	4,5	6,2	4,8	5,8	5,8	5,0	5,0	4,7
IRL	3,7	3,3	3,4	3,2	3,8	3,5	4,3	3,6

	1 Üleolev 7 Võrdne	1 Tõusev 7 Langev	1 Üksluine 7 Mitmek.	1 Turvaline 7 Ohtlik	1 Peletav 7 Ligitõm.	1 Puhas 7 Määrd.	1 Ebasõbralik 7 Sõbralik	1 Killustatud 7 Ühtne
Reform	2,6	3,2	4,0	3,6	4,1	4,2	4,0	4,9
SDE	5,2	3,8	3,8	2,9	4,5	3,0	5,1	4,8
Rahvaliit	2,7	5,1	2,5	5,3	1,9	6,1	2,3	4,4
Kesk	2,7	4,1	3,3	5,8	1,7	6,4	2,6	3,8
IRL	4,1	3,6	4,6	3,0	4,5	3,6	4,7	2,7

Pärast

	1 Kiire 7 Aeglane	1 Oma 7 Võõras	1 Värviline 7 Hall	1 Avatud 7 Suletud	1 Jõuetu 7 Jõuline	1 Soe 7 Külme	1 Kahanev 7 Kasvav	1 Arenev 7 Paigals.
Reform	2,7	3,6	3,0	3,1	5,0	4,5	4,7	3,8
SDE	4,9	3,9	4,5	3,3	2,8	3,0	3,9	4,2
Rahvaliit	5,9	6,1	5,9	5,7	3,7	5,1	2,7	5,8
Kesk	4,6	6,2	4,9	5,7	5,8	5,3	5,0	4,9
IRL	3,7	2,9	3,2	3,1	3,8	3,0	4,6	3,5

	1 Üleolev 7 Võrdne	1 Tõusev 7 Langev	1 Üksluine 7 Mitmek.	1 Turvaline 7 Ohtlik	1 Peletav 7 Ligitõm.	1 Puhas 7 Määrd.	1 Ebasõbralik 7 Sõbralik	1 Killustatud 7 Ühtne
Reform	2,6	3,3	4,1	3,7	4,2	4,4	3,9	4,8
SDE	5,2	4,0	4,0	2,8	4,6	2,9	5,2	4,7
Rahvaliit	2,8	5,2	2,5	5,3	1,9	6,3	2,8	4,0
Kesk	2,5	3,8	3,3	6,1	1,8	6,5	2,5	3,9
IRL	4,4	3,2	4,8	2,6	4,7	3,1	5,0	3,1

Muutused erakondade semantilise diferentsiaali näitajates

Erakondade kuvandid muutusid aga reljeefsemaks ja erisused äärmuslike hinnangute vahel pigem suuremaks (11 kategoorias erinevused kasvasid, 5-s kategoorias kahanesid). Kui algses küsitluses oli suurim erinevus hinnangutes erakondade puhtusele-määrdumusele (3,4 palliline vahe), siis pärast kampaaniat nähti suurimat vahet samas kategoorias, kuid vahe oli kasvanud 3,6 pallini.

Tabel 8: Erakondade paiknemine semantilise diferentsiaali skaalal enne ja pärast kampaaniat

Enne

Kiire	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Aeglane
Oma	IRL	SDE	Reform	Kesk	ERL	Võõras
Värviline	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Hall
Avatud	SDE	Reform	IRL	ERL	Kesk	Suletud
Jõuline	Kesk	Reform	ERL	IRL	SDE	Jõuetu
Soe	SDE	IRL	Reform	Kesk	ERL	Külm
Kasvav	Kesk	Reform	IRL	SDE	ERL	Kahanev
Arenev	IRL	Reform	SDE	Kesk	ERL	Paigalseisev
Võrdne	SDE	IRL	Kesk	ERL	Reform	Üleolev
Tõusev	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Langev
Mitmekesine	IRL	Reform	SDE	Kesk	ERL	Üksluine
Turvaline	SDE	IRL	Reform	ERL	Kesk	Ohtlik
Ligitõmbav	IRL	SDE	Reform	ERL	Kesk	Peletav
Puhas	SDE	IRL	Reform	ERL	Kesk	Määrdunud
Sõbralik	SDE	IRL	Reform	Kesk	ERL	Ebasõbralik
Ühtne	Reform	SDE	ERL	Kesk	IRL	Killustunud

Pärast

Kiire	Reform	IRL	Kesk	SDE	ERL	Aeglane
Oma	IRL	Reform	SDE	ERL	Kesk	Võõras
Värviline	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Hall
Avatud	Reform	IRL	SDE	Kesk	ERL	Suletud
Jõuline	Kesk	Reform	IRL	ERL	SDE	Jõuetu
Soe	IRL	SDE	Reform	ERL	Kesk	Külm
Kasvav	Kesk	Reform	IRL	SDE	ERL	Kahanev
Arenev	IRL	Reform	SDE	Kesk	ERL	Paigalseisev
Võrdne	SDE	IRL	ERL	Reform	Kesk	Üleolev
Tõusev	IRL	Reform	Kesk	SDE	ERL	Langev
Mitmekesine	IRL	Reform	SDE	Kesk	ERL	Üksluine
Turvaline	IRL	SDE	Reform	ERL	Kesk	Ohtlik
Ligitõmbav	IRL	SDE	Reform	ERL	Kesk	Peletav
Puhas	SDE	IRL	Reform	ERL	Kesk	Määrdunud
Sõbralik	SDE	IRL	Reform	ERL	Kesk	Ebasõbralik
Ühtne	Reform	SDE	ERL	Kesk	IRL	Killustunud

Enim paranesid emotsionaalsed hinnangud Isamaa- ja Res Publica Liidu suhtes - kokku mahus 4,4 palli. Ülejäänud erakondade osas oli muutuste kogumaht positiivsuse-negatiivsuse suunal 1 palli piirimail (vt ka Tabel 7).

Samas muutus kergelt erakondade omavaheline suhestumine inimeste hinnangutes erinevates kategooriates (vt ka Tabel 8). Nii näiteks muutus Reformierakond kampaania käigus vastajate hinnangul võrreldes teiste erakondadega omamaks, avatumaks, võrdsemaks, langevamaks.

Isamaa- ja Res Publica Liit muutus avatumaks, jõulisemaks, soojemaks, tõusvamaks, turvalisemaks.

Keskerakond muutus kiiremaks, võõramaks, avatumaks, külmemaks, üleolevamaks, tõusvamaks, ebasõbralikumaks.

Sotsiaaldemokraadid muutusid vastajate hinnangul aeglasemaks, võõramaks, suletumaks, külmemaks, langevamaks, ohtlikumaks.

Rahvaliit muutus omamaks, soojemaks, võrdsemaks, sõbralikumaks, suletumaks, jõuetumaks.

Kokkuvõttes parandas oma positsiooni enim Isamaa- ja Res Publica Liit (tõustes viies kategoorias) ja Rahvaliit (tõustes neljas kategoorias), enim kaotas positsioone Sotsiaaldemokraatlik erakond (6-s kategoorias).

Kui enne kampaaniat olid kõige reljeefsema kuvandiga Rahvaliit ja Sotsiaaldemokraadid (hõivates vastavalt 9t ja 7t äärmust), siis pärast kampaaniat Keskerakond ja Isamaa- ja Res Publica Liit (hõivates omakorda vastavalt 9t ja 8t äärmust). Need muutused ei ole siiski statistiliselt olulised.

Hinnangud oma lemmikerakonnale ja nende muutumine

Märkimisväärsed erisused torkavad silma, kui vaadelda inimeste suhtumist oma lemmikerakondadesse ja nende muutumist. Kuna vastanute seas oli kõige enam Isamaa- ja Res Publica Liidu ning Reformierakonna toetajaid, siis vaatlen seda fenomeni eelkõige nende kahe näitel.

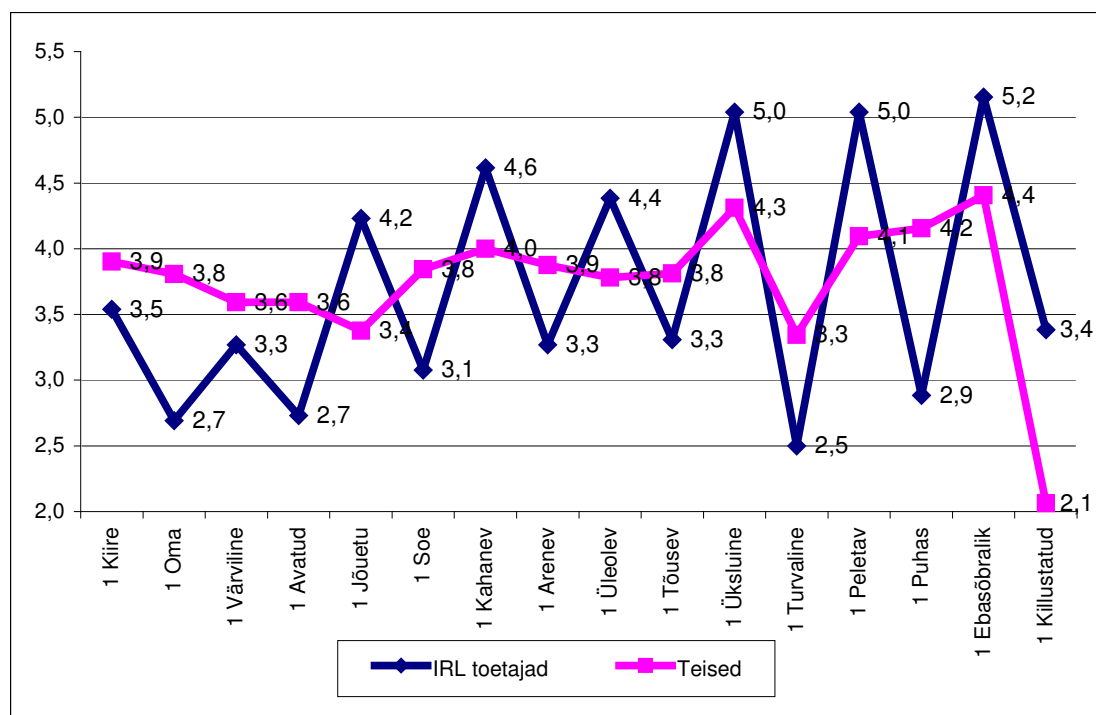
Mõistagi näitavad tulemused, et erakonna suhtes, keda inimesed toetavad, ollakse ka emotsionaalsetes hinnangutes positiivsemalt meelestatud kui ülejäänud hindajad. Detsembris andsid isikud, kes märkisid, et nad toetavad IRL-I (27 60st ehk 45%), oma hinnangutes sellele erakonnale kokku 12,5 palli võrra positiivseid hinnanguid kui

teised (33 60st ehk 55%). See teeb keskmiselt 0,8 palli igas kategoorias, kusjuures suund oli kõigis kategooriates positiivsemale poolele kaldu. Erinevused olid statistiliselt relevantssed pea pooltel juhtudel st 36s kategoorias 80st (Vt ka Lisa 7). Erinevused kahe grupi hinnangutes ulatusid 1,3 pallini küsimustes erakonna määrdumusest-puhtusest ning killustatutest-ühtsusest. Samaaegselt nägid IRL toetajad teistest erakondadest eelkõige Reformierakonda ja Sotsiaaldemokraatlikku erakonda märkimisväärselt kriitilisemalt (vastavalt 10,6 ja 9,5 palli võrra) kui ülejäänud. Erinevused ulatusid 1,2 pallini, nii näiteks pidasid IRLi toetajad Reformierakonda 1,2 palli võrra suletumaks kui teised ning Sotsiaaldemokraatlikku erakonda 1,2 palli võrra võõramaks kui teised.

Tähelepanuväärselt hinnangutes Keskerakonnale ja Rahvaliidule niivõrd märkimisväärsed erinevusi kahe grupi vahel ei ilmne – statistiliselt olulised erinevused on mõlema erakonna puhul kahes kategoorias 16st.

Sama tendents ilmneb, kui vaadelda Reformierakonna toetajate ja teiste vaateid

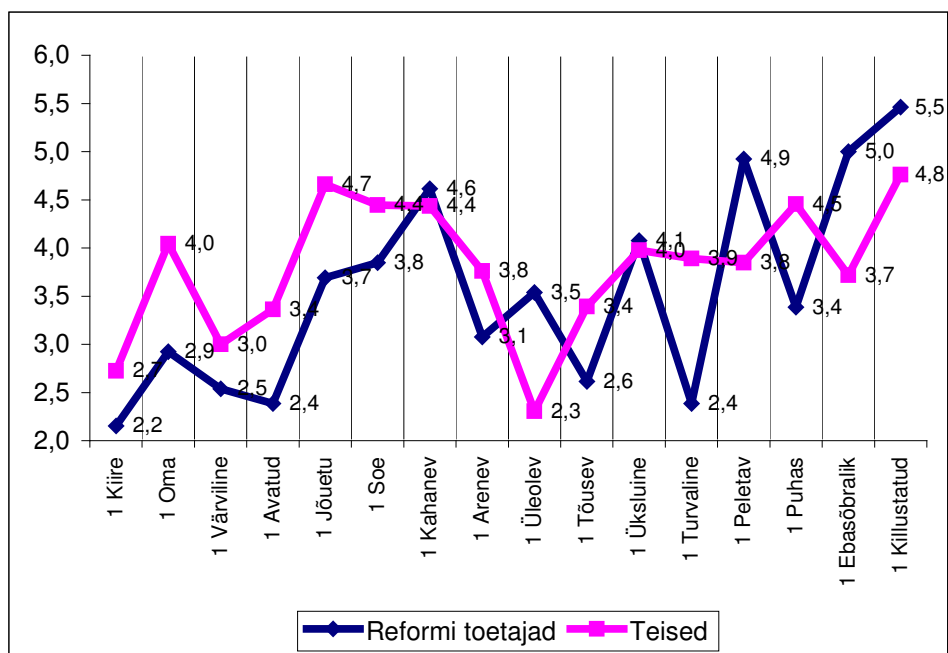
Graafik 1: Kuidas näevad IRL-i pärast kampaaniat erakonna toetajad ja teised



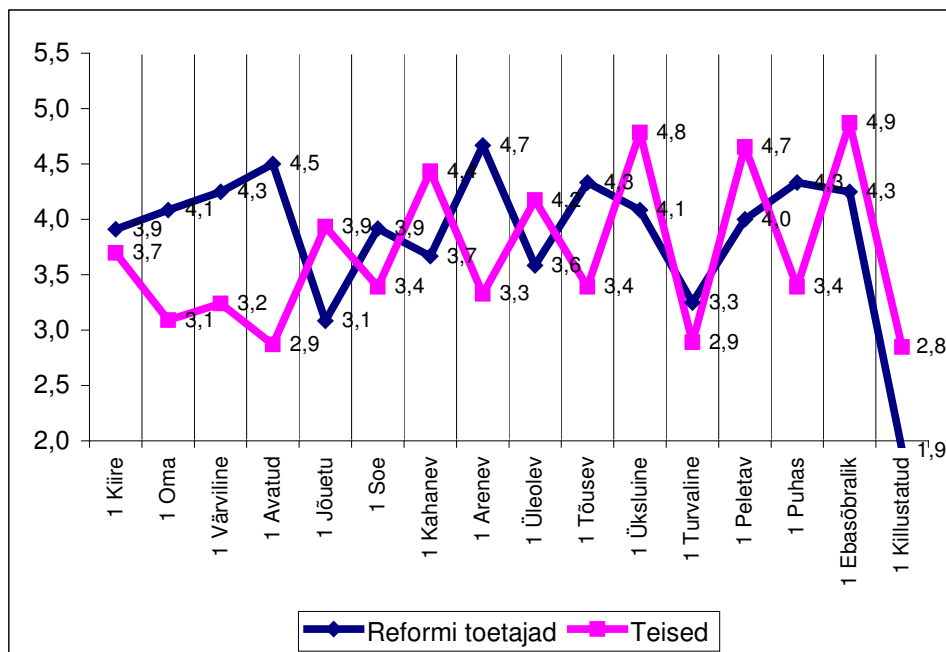
erakondade kuvanditele. Erakonna toetajad (13 60st ehk 22%) hindavad Reformierakonda 11,4 palli võrra positiivsemalt kui teised (47 60st ehk 78%), sealjuures ulatuvad erinevused 1,5 pallini küsimuses, kas erakond on “turvaline” või “ohtlik”. Erinevused on statistiliselt relevantssed 30-l juhul 80st (Vt ka Lisa 8). Kõigis kategooriates (välja arvatud kategooria “jõuetu-jõuline”, kus kummalisel kombel pidasid erakonna toetajad erakonda jõuetumaks kui teised) oli erakonna toetajate hinnangud positiivsemas suunas kaldu. Samaaegselt näevad Reformierakonna toetajad Isamaa- ja Res Publica Liitu 13 palli võrra kriitilisemalt kui teised, kusjuures erinevused ulatuvad 1,6 pallini küsimuses, kas erakond on “avatud-suletud”. Teiste erakondade osas märkimisväärsed erinevusi kahe grupi vahel ei ilmnenu.

Siit lähtub, et semantilise diferentsiaali skaala peegeldab hästi isikute hinnanguid erakondadele, st positiivsed hinnangud erakondade kuvandile kajastuvad ka inimeste erakondlikes eelistustes (ja vastupidi). Järelikult on semantiline diferentsiaal valimisotsuste kujunemise uurimisel heaks indikaatoriks ja käesolevas uurimuses toodud näited selles esineva dünaamika kohta relevantssed valimiskampaaniate eesmärkide kontekstis.

Graafik 2: Reformierakonna toetajate hinnangud ja teiste hinnangud Reformierakonnale pärast kampaaniat



Graafik 3: Reformierakonna toetajate ja teiste hinnangud IRL-ile pärast kampaaniat



Samas ei pea ühe erakonna toetajad tingimata oma lemmikerakonda kõigis kategooriates kõige positiivsemaks. Nii näiteks annavad Reformierakonna toetajad mitmetes kategooriates paremaid hindeid teistele erakondadele. Näiteks peavad nad Keskerakonda jõulisemaks, kasvavamaks ja mitmekesisemaks kui Reformierakond ja Sotsiaaldemokraatlikku erakonda soojemaks, võrdsemaks, turvalisemaks, puhtamaks ja sõbralikumaks kui Reformierakond on. Sarnaselt peavad Isamaa ja Res Publica toetajad Reformierakonda kiiremaks, Keskerakonda jõulisemaks ja kasvavamaks, Sotsiaaldemokraate võrdsemaks ning kõiki erakondi ühtsemaks kui IRL.

Vaadeldes nende hinnangute muutumist kampaania käigus, selgub, et hinnangud teevad läbi märkimisväärse polariseerumise st vahed ühe erakonna toetajate ja teiste erakondade toetajate hinnangute vahel kasvavad.

Nii näiteks näevad veebruari lõpuks IRLi toetajad (23 42st vastanust ehk 55%) oma erakonda ca 18 palli võrra positiivsemalt (vt Graafik 1) kui teised (19 42st ehk 45%). Erinevus detsembris oli 12,5 palli.

Reformierakonna toetajad (6 42st ehk 14%) hindasid pärast kampaaniat Reformierakonda juba 19 palli võrra positiivsemalt kui teised (36 42st ehk 86%). Detsembris oli vahe 11 palli. Ning Isamaa- ja Res Publica Liitu hindasid Reformierakonna toetajad 20 palli võrra kriitilisemalt kui teised (vt Graafikud 2, 3).

4. Lojaalse valija küsimus

Uuringu andmetel peab 55% vastanutest end pigem lojaalseteks valijateks. Kordusküsitluses paluti vastajatel vastata küsimusele: „Kumb väide iseloomustab Teie käitumist valijana paremini: A. Mul on välja kujunenud eelistus ühe erakonna osas, kelle poolt olen hääletanud valimistel juba mitmendaid valimisi järjest; B. Mul ei ole välja kujunenud kindlat eelistust erakonna osas, vaid olen hääletanud erinevate erakondade poolt (lähtuvalt nende programmist, lubadustest, jms)”. 23 vastajat 42st (55%) vastas „Pigem A” ja 15 (36%) „Pigem B”.

Vastanute lojaalsust on võimalik mõõta küsitluse abil ka kaudsemalt, vaadeldes nende poolt indikeeritud valimiseelistust praegu ja kõrvutades seda sellega, kelle poolt nad mäletavad end hääletanud olevat 2003.

Kui jätta kõrvale vastajad, kes ei mäleta oma valikut või ei oska oma eelistust hetkel määratleda ning lugedes nii Isamaaliitu kui Res Publicat valinute puhul lojaalsuseks Isamaa- ja Res Publica Liidu eelistamist, selgub, et lojaalseid valimisi algses küsitluses osalenutest on 59% (29 49st), selgelt ebalojaalseid (kelle eelistus on nelja aastaga konkreetselt muutunud) on 29% (15 49st).

Kordusküsitluse järgi on lojaalseid vastanuid 54% (19 35st) ja ebalojaalseid 31 (11 35st). Sealjuures on kordusküsitluses võimalik võrrelda vastanute deklareeritud lojaalsust ning valimiseelistuse kattuvust nelja aasta taguse valikuga. Selgub, et 19st isikust, kelle valimiseelistus on püsitud sama, väidab end 15 olevat püsiva valimiseelistusega, 2 peab end pigem muutuva eelistusega inimeseks ning 2 ei pea kumbagi ülaltoodud väidet enda kohta paikapidavaks. 11st erakondlikku eelistust nelja aastaga muutnutest kinnitab 5 end olevat püsiva valimiseelistusega.

Kokkuvõttes võib kolme erineva andmetöötamise järgi väita, et vastanute seas on 55-60% lojaalseid valijaid ja 30-35% mitte-lojaalseid valijaid.

Võrreldes lojaalsete ja mitte-lojaalsete vastanute sotsiaaldemograafilist tausta selgeid reeglipärasusi esile ei tule. Samuti ei tule esile olulisi erinevusi kahe grupi vahel oma mõju piiratuse, valimiste tähtsustamise ja valimistele mõtlemise osas. Mõningal määral võib öelda, et ebalojaalsed valijad mõtlevad valimistele tihedamini („sageli” valimistele mõtlejaid on nende seas 10 14st ja kordusküsitluses 9 11st ehk vastavalt 71% ja 81%; lojaalsete seas vastavalt 15 29st ja 11 19st ehk vastavalt 51% ja 57%).

Kindlasti võib aga välja tuua, et ebalojaalsed vastajad on erakondade suhtes üldiselt positiivsemalt meelestatud ning lojaalsed valijad pigem kriitilisemalt. See tuleb välja

kahe grupi hinnangutes erakondadele semantilise diferentsiaali skaaladel. Võttes näiteks algse küsitluse (kui kõige esinduslikuma) andmed siis selgub, et 50-l juhul (16st kategooriast viie erakonna puhul) erinevad lojaalsete ja ebalojalsete vastanute hinded märgatavalt (0,3 palli või enam), neist 34-l juhul ehk siis ca 2/3 juhtudest on poliitiliselt ebalojaalsed vastajad positiivsemad oma hinnangutes kui lojaalsed. Kui vaadata suuremaid erisusi (piiriks 0,5 palli või enam), siis on erinevusi 36-l juhul, millest 24-l ehk samuti 2/3 juhtudest on ebalojaalsed valijad soodsamalt meelestatud. Ebalojaalsed näevad eriti märgatavalt (kokku 6,5 palli võrra) soodsamalt Sotsiaaldemokraatlikku erakonda ja Reformierakonda. Erinevused ulatuvad 1,1-1,2 pallini, nii näiteks näevad lojaalsed valijad Sotsiaaldemokraatlikku erakonda skaalal „killustatud – ühtne” (kus 1 tähistab killustatust) keskmiselt 4,4 palli peal ja ebalojaalsed valijad 5,6 peal. Lojaalsed valijad võivad olla küll keskmisest positiivsemalt meelestatud oma erakonna suhtes, kuid sellega kaasneb keskmisest suurem kriitilisus teiste erakondade suhtes. Samas on ebalojaalsed valijad positiivsemalt meelestatud erinevate erakondade suhtes.

Järeldused, diskussioon

Töö tulemusena võib teha järgmised olulisemad järeldused.

1. Milline on erakondade kuvand inimeste silmis ning kui erinevana nähakse erinevaid erakondi?

Erakondade kuvandid joonistusid detailselt välja. Kuigi on arutletud, et erakonnad muutuvad oma poliitikatelt järjest sarnasemaks, siis kui vaadelda erakondade emotsionaalset kuvandit, tulevad välja väga selged erinevused, mis kaardistavad erakondi kommunikatsiooni seisukohalt kahtlemata mitmekesisemalt kui nende paiknemine parem-vasak skaalal.

Ühtlasi selgus, et mõningad valijate jaoks olulised teemad on erakondade poolt hõivamata, st et valijad ei oska seostada näiteks nende jaoks olulist haridusvaldkonda ühe erakonna kompetentsi või panusega.

2. Milliste sotsiaaldemograafiliste tunnuste alusel eristuvad vastajad oma seisukohtades?

Ühegi sotsiaaldemograafilise näitaja alusel käesolevas uuringus statistiliselt olulisi seoseid esile ei tulnud.

3. Kuidas on arvamus valimiste suhtes seotud hinnangutega erakondade suhtes? Kuidas näevad erakondi erinevalt valimistele erinevalt tähelepanu pööravad inimesed, oma mõju valimistulemustele erinevalt hindavad inimesed, valimiste tähtsust erinevalt hindavad inimesed?

Probleemitunnetus suurendab kriitilisust. Valimisi tähtsamaks pidavad isikud näevad erakondi negatiivsemates toonides kui need, kelle jaoks valimised pole niivõrd olulised. Võimalik ka vastupidine kausaalne seos.

Kaasahaaratus suurendab kriitilisust. Valimistele sagedamini mõtlevad isikud näevad erakondi kriitilisemalt kui valimistele harvemini mõtlevad inimesed. Seos võib mõistagi olla ka vastupidine: inimesed, kes erakondi kriitilisemalt näevad, mõtlevad tihedamini valimistele.

Piiratud taju ja erakondade nägemise vahel märkimisväärsed seoseid esile ei kerkinud.

4. Millised muutused on toimunud hinnangutes kahe küsitluse vahelisel ajal, millesse jäi valimiskampaania? Kuidas on muutunud inimeste huvi valimistesse,

hinnang oma suutlikkusele tulemust mõjutada ja hinnang valimiste tähtsusele, valmisolek valima minna?

Valimiskampaania tulemusena paranes veidi kaasahaaratus valimiste teemasse, st inimeste hulk, kes sageli mõtlesid valimistele, suurenes.

Nende hulk, kes peavad oma mõju valimistulemusele marginaalseks, kampaania käigus ei kahanenud – pigem langes veidi inimeste arv, kes hindasid oma mõju suureks.

Valimiskampaania tulemusena oli veidi kahanenud inimeste probleemitunnetus – nende hulk, kes valimisi tähtsaks peavad. Samuti oli kergelt kahanenud nende hulk, kes „kindlasti” planeerisid valima minna.

5. Kuidas on muutunud hinnangud erakondadele? Kas on võimalik välja tuua sotsiaaldemograafilisi või situatiivseid tegureid, mille osas on võimalik välja tuua tähelepanuväärseid seoseid kampaaniaga?

Erakondade kuvandid kogu uuritava inimhulga seas muutusid massiivse kampaania praktiliselt ei muutunud, üksikutes kategooriates oli muutuste suund pigem positiivne. Samas kasvas kergelt erakondade tunnetatud polariseeritus st kõige negatiivsemaid ja positiivsemaid hindeid saanute vahel kaugenesid teineteisest äärmuste poole.

Erakondade toetajate seas muutusid hinnangud kampaania jooksul reljeefsemaks.

Vaadeldes seda, kuidas hinnang ühe erakonna „soojusele” või „jahedusele” muutub võib-olla 0,2 palli pärast kahte ja poolt kuud aktiivset valimiskampaaniat ning pärast kümnete miljonite kulutamist, mida on suunanud riigi parimad spetsialistid kommunikatsiooni valdkonnas, võib see tekitada nõutust: kui tulemus on niivõrd marginaalne, siis kas raha on asjata kulutatud, on seda tehtud valede sõnumite ja tehnika abil, või on valija tõepoolest niivõrd kindlameelne, et jääb oma seisukohtadele kindlaks. Oluline on siin lisaks uuringus toodud oma toetaja kinnistamise, mobiliseerimise vajadusele pöörata tähelepanu ühele täiendavale aspektile.

Valimiskampaania käigus üritab enamik erakondi kujundada valijate hoiakuid enamike erakondade suhtes, sh ka teiste suhtes. Lisaks on hulk kolmandaid osapooli, sh ajakirjandus, kes tõstatavad valimiste eel teemasid, mis võivad kujundada arvamusi erakondade suhtes. Piltlikult öeldes võib üks erakond kulutada miljon krooni, et jätta endast soojemat muljet – ning samal ajal kulutab konkurent pool miljonit, et maalida tast jääne pilt ning mõni ajaleht kirjutab lehekülgede kaupa sellest, kuidas antud erakond on hoolimatu ja külm. Kui vaadata siintoodud ülevaadet vägagi kriitilistest

teemadest, mis kampaania käigus tõstatati Reformierakonna, Keskerakonna ja Rahvaliidu suhtes, siis on märkimisväärne, et ühegi kuvand ei muutunud rohkem kui 0,2-0,3 palli võrra „ohtlikumaks” või „määrduks” ning et Rahvaliidu nähti kampaania järel märksa positiivsemates toonides kui enne. Seega kulub hulk kampaania ressursi positsioonide hoidmisele, ning teiste positsioonide suunamisele. Kui kellelgi mõne sihtrühma seas õnnestub ka positiivsemaks oma kuvandit muuta, on konkurentsi intensiivsust silmas pidades iga komakoht ülimalt väärtuslik. Uuring toob välja, et sihtrühmiti võitsid erakonnad olulisi positsioone inimeste hinnangutes.

Eelkõige aga lähtub uuringust, et kui tervikuna kampaania tulemusena valimiseelistused muutusid vähesel määral, siis kampaania mobiliseeris ja kinnistas seniseid hinnanguid: inimese poolt toetatav erakond muutus tema silmis positiivsemaks ning teised erakonnad negatiivsemaks. Uuringu põhjal võib arvata, et Eestis on tekkinud hulk lojaalseid valijaid, ning märkimisväärne hulk erakondade panusest kampaanias kulub ka nende kinnistamisele ja hoidmisele.

Kokkuvõte

Uurimus „Erakondade kuvandid ja nende muutumine 2007. aasta riigikogu valimiste eel” analüüsis juhusliku inimhulga küsitlemisel enne aktiivse valimisagitatsiooni perioodi ning samade inimeste küsitlemisel pärast valdava osa valimiskampaania lõppu baseeruvalt kuidas oli suure hulga poliitiliste sõnumite järel muutunud nende huvi valimiste vastu ja hinnangud erakondadele.

Empiirilise materjali kogumiseks küsitleti 60 inimest detsembri keskel 2006 ja 42 neist küsitleti uuesti veebruari lõpus 2007. Mõlemal korral paluti vastajatel hinnata erakondi semantilise diferentsiaali skaalal ning indikeerida enda kuuluvust Grunigi sihtrühmadesse (kaasahaaratuse tase, piiratuse tajutase, probleemitunnetuse tase).

Uuring tuvastas, et kuigi inimeste teadlikkus valimiste toimumisest kampaania järel paranes, siis hinnang selle tähtsusele ning oma võimele tulemust suunata pigem jäi samaks või kahanes. Massiivne valimiskampaania kinnistas inimeste erakondlikke eelistusi ja aitas erakondadel mobiliseerida oma olemasolevaid toetajaid, mitte nii väga uusi juurde võita. Kokkuvõttes võib uuringust järeldada, et Eestis hakkab tekkima lojaalne valija, kes valimistest valimisteni hääletab sama poliitilise jõu poolt ja kelle sümpaatia võitmine mõnele teisele erakonnale saab olema järjest keerulisem.

Summary

Title: Images of political parties and their transformation in the run up to the 2007. parliamentary elections in Estonia

Bachelors thesis by Allar Tankler at the University of Tartu

Key terms:

political communication, semantic differential, Grunig's situational theory, party image, election campaign, voter behaviour, voter loyalty.

Overview of the substance of the research:

The study is based on a panel questionnaire carried out in two waves on a subjectively chosen (i.e. not representative of the voters or the society as a whole) group of people in December 2006 and two and a half months later, at the end of February 2007. The general election in Estonia was held on March 3rd 2007 and during the 2,5 months in between the two waves of the questioning, a massive election campaign was carried out by all 5 parties represented in the parliament at the time.

The questionnaire was filled out anonymously over the internet by 60 participants in December and by 42 people of the same group in February. The questionnaire focused on mapping out the images of all 5 major political parties through respondents describing each party in terms of opposing adjectives on a scale of 1-7 (the semantic differential). For example, each respondent was asked to place the Reform party on a scale of "cold" to "hot" and so on altogether in 16 categories. These assessments could then later be compared to the persons other distinctions and the assessments of the party before the campaign can be compared to the assessment almost at the end of the campaign.

The main aim of the study was to map out how political parties in Estonia are perceived on a more subconscious, emotional level and to measure, whether these perceptions are highly volatile at a time of intense communication by the political parties.

Key findings:

First, political parties turned out to have rather different images. Whereas the parties are reportedly becoming more homogeneous in terms of policy, the differences on a more emotional level that we could call the image or the brand are clearly perceived.

Secondly, of the socio-demographic denominators, no data was proven to be a factor in influencing the image of a party.

Third, when analyzed against people's perception of how important the elections are, how much they can influence the result and how often they think about the elections in the first place, it turned out that people thinking about elections more often are generally more critical of all parties. The cause-effect relationship can naturally be the other way as well: people more critical of the parties think about the election more often. Also, people who consider the elections to be more important, see parties in darker colors (and vice versa).

Fourth, after 2,5 months of campaigning, the number of people thinking about the elections had increased. The number of people considering their ability to influence the result to be low did not decrease – rather the number of people under the impression they have a big influence on the result, decreased. And the number of people considering the elections to be important, decreased.

Fifth, the images of political parties amongst the group changed little when looking at before-and-after results, but the direction of the small changes were towards the positive. Also, there was increased polarization, after the campaign parties received more very high and very low scores on different scales. Significant changes occurred in the reinforcement of existing beliefs about a party for party supporters – a key goal for parties attempting to mobilize their voter in the run up to the elections. The supported party became more positive in the eyes of the respondents, other parties more negative in their image.

Consequently as a result of the study we can see voter loyalty forming in the young democracy of Estonia where political allegiances are not easily shifted in the 2,5 months prior to elections and the bulk of campaigning resources will result in the reinforcement and mobilization of latent supporters.

Kasutatud kirjandus

Bartle, J. (2001a). Changing Voters Or Changing Modes Of Voting? In J. Bartle & D. Griffiths (toim.). Political Communication Transformed: From Morrison To Mandelson. . Hampshire: Palgrave.

Bartle, J. (2001b). Assessing Communications And Campaign Effects On Voters. In J. Bartle & D. Griffiths (toim.). Political Communication Transformed: From Morrison To Mandelson. . Hampshire: Palgrave.

Bartle, J. & D. Griffiths. (2002). Social-Psychological, Economic And Marketing Models Of Voting Behaviour Compared. In N. J. O'Shaughnessy & S. C. M. Henneberg (toim.). The Idea Of Political Marketing. Westport, CT: Praeger.

Denton, R.E. & G.C. Woodward. (1990). Political Communication in America. New York: Praeger.

Denton, R. E. Jr. (2002). Foreword To The Praeger Series On Political Communication. In N. J. O'Shaughnessy & S. C. M. Henneberg (toim.). The Idea Of Political Marketing. Westport, CT: Praeger.

Diamond, E. & S. Bates. (1992). The Spot. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Fiorina, M. P. (1981). Retrospective Voting In American National Elections. New Haven: Yale University Press.

Grunig, J. E. (1992). Excellence In Public Relations And Communications Management. NJ: Hillsdale.

Johnson-Cartee, K. S. & G. A. Copeland. (2004). Strategic political communication: rethinking social influence. USA: Rowman & Littlefield Publishers, INC.

Kecskemeti, P. (1973). Propaganda. In I. de Sola Pool & F. F. Frey & W. Schramm & N. Maccoby & E. B. Parker (toim.). Handbook of Communication. Chicago, Ill: Rand McNally 844-70.

Klapper, J. T. (1960). The Effects Of Mass Communication. Glencoe, Ill: Free Press.

Lazarsfeld, P. F. & B. Berelson & H. Gaudet. (1944). The People's Choice: How The Voter Makes Up His Mind In A Presidential Campaign. New York, NY: Columbia University Press.

Lippmann, W. (1954). Public Opinion. New York: Macmillan.

McNair, B. (1999). An Introduction To Political Communication. London: Routledge.

Newman, B.I. (1994). The Marketing Of The President: Political Marketing As Campaign Strategy. London: Sage.

Past, A. (2005). Juhtimine ja suhtekorraldus. Tallinn: Pegasus.

Raudsaar, M & K. Tigasson (2006). The European Parliament Elections In Estonia 2004: Party Spots And The Effects Of Advertising. In M. Maier & J. Tenscher (toim.). Campaigning In Europe – Campaigning For Europe: Political Parties, Campaigns, Mass Media And The European Parliament Elections 2004.. Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften, 387-407

Rogers, E. M. (1973). Mass media and interpersonal communication. In I. de Sola Pool & F. F. Frey & W. Schramm & N. Maccoby & E. B. Parker (toim.). Handbook of Communication. Chicago, Ill: Rand McNally

Schmitt-Beck, R. (2004). Political Communication Effects: The Impact Of Mass Media And Personal Conversations On Voting. In F. Esser & B. Pfetsch (toim.). Comparing Political Communication: Theories, Cases And Challenges., Cambridge: Cambridge University Press 293-322

Uudelepp, A. (2005). Propagandateooria ja –tehnikate areng 20. sajandil. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikooli Kirjastus.

Lisa 1: Esmaküsitluse ankeet

Küsitlus

Hea sõber,

Käesolev küsitlus teenib puht teaduslikke eesmärke ja on mõeldud kommunikatsioonialase töö teostamiseks Tartu Ülikoolis.

Aitäh abi eest, küsimustele vastamine peaks võtma vähem kui 5 minutit Sinu ajast.

Kõik vastused jäävad anonüümseks.

Palun valige endale koodnimi/hüüdnimi/alias, mille järgi teie vastuseid edaspidi anonüümselt identifitseeritakse.

Kui sageli te mõtlete sellele, et märtsis on tulemas parlamendivalimised?

Sageli

Mõnikord

Harva

Mitte kunagi

Raske öelda

Kuivõrd teile tundub, et te saate oma käitumisega mõjutada valimistulemust?

Palju

Tuntavalt

Vähe

Ei mõjuta üldse

Raske öelda

Kuivõrd oluliseks peate te tulevase valimisi?

Väga

Mõningal määral

Vähe

Üldsegi mitte

Raske öelda

Kas mäletate, millise erakonna poliitiku poolt hääletasite 2003. Riigikogu valimisel?

Isamaaliit

Keskerakond

Möödukad (Sotsiaaldemokraadid)

Rahvaliit

Reformierakond

Res Publica

Mõni muu

Mäletan isikut aga mitte erakonda

Ei mäleta

Ei osalenud

Kui te mäletate oma 2003 valikut, siis kuidas te tänase seisuga oma valikuga rahul olete?

Pigem olen rahul

Pigem ei ole rahul

Ei mäleta/Ei osalenud/Raske öelda

Millist erakonda toetate enim praegusel hetkel?

Isamaa - Res Publica liit

Keskerakond

Rahvaliit

Reformierakond

Sotsiaaldemokraatlik erakond

Raske öelda

Kas kavatsete minna valima Riigikogu valimistel märtsis 2007?

Kindlasti

Pigem jah

Pigem ei

Kindlasti mitte

Raske öelda

Kas teate juba, keda tõenäoliselt valite?

Pigem jah

Pigem ei

Kui teil praegu on eelistus olemas, kas peate võimalikuks, et see valimiste lähenedes ja info lisandumisel muutub?

Jah, ikka võib

Ei, pigem ebatõenäoline

Raske öelda

Milline on viimane poliitikaga seonduv uudis/skandaal/ettepanek, mis teile on meelde jäänud? (Oma sõnadega, võib märkida mitu teemat suvalises järjekorras)

Kas see sündmus mõjutas teie hinnangut mõnele erakonnale/poliitikule? Kui jah, siis palun märkige, millise erakonna suhtes ning kas positiivses või negatiivses suunas. Võib märkida hinnangu muutuse mitmele erakonnale.

Kas kavatsete valimiste lähenedes jälgida poliitikat senisest tähelepanelikumalt?

Kindlasti

Pigem jah

Pigem ei

Kindlasti mitte

Raske öelda

Kas te valimiste eel räägite pereliikmetele või sõpradele oma seisukohtadest valimiste ja poliitikutega seondvalt?

Sageli

Mõnikord

Väga harva

Mitte kunagi

Kas teie pereliikmed/sõbrad räägivad teile oma poliitilistest seisukohtadest valimiste eel?

Sageli

Mõnikord
Väga harva
Mitte kunagi

Kui tihti loete päevalehti?

Iga päev
3-4 korda nädalas
1-2 korda nädalas
Harvemini
Üldse mitte

Kui tihti vaatate teleuudiseid?

Iga päev
3-4 korda nädalas
1-2 korda nädalas
Harvemini
Üldse mitte

Kui tihti kuulate raadiouudiseid?

Iga päev
3-4 korda nädalas
1-2 korda nädalas
Harvemini
Üldse mitte

Uudised poliitikute tegemistest...

Panevad mind tihti mõtlema
Panevad mõnikord mõtlema
Jätavad tavaliselt külmaks
Raske öelda

Milline on teie lemmik telesari? (Kui teil on mitu, valige palun üks)

Kui te peaksite võrdlema selle sarja peategelast mõne Eesti poliitikuga, siis millist poliitikut ta enim meenutab? (Kui sarjal on mitu peategelast, märkige nimeliselt nii tegelane kui ka poliitik)

Kas te eelistate, et Riigikogu kandidaat on pigem elukutseline poliitik või võiks tal olla eelnev kogemus mõnelt teiselt erialalt (ettevõtja, arst, õpetaja, näitleja vms)?

Poliitik
Sõltub elukutsest, aga pigem muu
Raske öelda

Kas te olete isiklikult kohanud / tunnete mõnd poliitikut / Riigikogu liiget / ministrit?

Jah
Ei

Kui jah, siis kas ta/nad jätavad päriselus kohtumisel samasuguse mulje nagu teleekraanil?

Päris elus jätavad positiivsema mulje

Samasuguse
Päris elus jätavad negatiivsema mulje
Raske öelda

Kas tahaksite mõne poliitiku / Riigikogu liikme / ministriga (tihedamini) isiklikult
kokku puutuda?
Pigem jah
Pigem ei

Kas te olete märganud, et mõni poliitik on tõsiselt võidelnud mingi muutuse/asja eest,
mis on seejärel ka toimunud?
Jah
Ei
Raske öelda

Milline erakond on teie meelest kõige enam aidanud kaasa tulumaksumäära
vähendamisele?
Isamaaliit
Keskerakond
Möödukad (Sotsiaaldemokraadid)
Rahvaliit
Reformierakond
Res Publica
Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam aidanud kaasa vanemahüvitise
sisseviimisele?
Isamaaliit
Keskerakond
Möödukad (Sotsiaaldemokraadid)
Rahvaliit
Reformierakond
Res Publica
Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam aidanud kaasa suurematele
investeeringutele haridusse, koolidesse?
Isamaaliit
Keskerakond
Möödukad (Sotsiaaldemokraadid)
Rahvaliit
Reformierakond
Res Publica
Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam aidanud kaasa majanduskasvule?
Isamaaliit
Keskerakond
Möödukad (Sotsiaaldemokraadid)
Rahvaliit

Reformierakond
 Res Publica
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam pööranud tähelepanu turvalisuse tõstmisele

Isamaaliit
 Keskerakond
 Mõõdukad (Sotsiaaldemokraadid)
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Res Publica
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam pööranud tähelepanu kehvemal järjel olevate inimeste abistamisele

Isamaaliit
 Keskerakond
 Mõõdukad (Sotsiaaldemokraadid)
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Res Publica
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam aidanud kaasa pensionite tõstmisele?

Isamaaliit
 Keskerakond
 Mõõdukad (Sotsiaaldemokraadid)
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Res Publica
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam pööranud tähelepanu tervishoiuarede lahendamisele?

Isamaaliit
 Keskerakond
 Mõõdukad (Sotsiaaldemokraadid)
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Res Publica
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond on teie meelest kõige enam teinud ära Eesti välis- ja/või kaitsepoliitikas?

Isamaaliit
 Keskerakond
 Mõõdukad (Sotsiaaldemokraadid)
 Rahvaliit
 Reformierakond

Res Publica

Raske öelda/Ei ükski neist

Milline valdkond vajaks lähitulevikus enim poliitikute tähelepanu?

Majanduse käekäik

Sotsiaalpoliitika

Haridusküsimused

Tervishoiuküsimused

Kuritegevuse vähendamine ja turvalisus

Välis- ja kaitsepoliitika

Muu

Raske öelda

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Reformierakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7

1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7

1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7

1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7

1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7

1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7

1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7

1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7

1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7

1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7

1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7

1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7

1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7

1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7

1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7

1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Keskerakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7

1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7

1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7

1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7

1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7

1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7

1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7

1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7

1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7

1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7

1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7

1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7

1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7

1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7

1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7

1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Isamaa ja Res Publica Liidu suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Sotsiaaldemokraatliku erakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Rahvaliidu suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7

- 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kas oleksite valmis ka edaspidi anonüümselt avaldama oma arvamust sarnastel teemadel?

Pigem jah

Pigem ei

Raske öelda

Teie sugu?

Mees

Naine

Teie vanus?

17-30

31-50

51+

Teie haridustase?

Põhiharidus

Keskharidus

Kõrgharidus, +

Kas olete mõne erakonna liige?

Jah

Ei

Kui olete mõne erakonna liige, siis millise?

Ei ühegi

Isamaa - Res Publica liit

Keskerakond

Rahvaliit

Reformierakond

Sotsiaaldemokraatlik erakond

Lisa 2: Kordusküsitluse ankeet

Hea sõber,

Käesolev küsitlus teenib puht teaduslikke eesmärke ja on mõeldud kommunikatsioonialase töö teostamiseks Tartu Ülikoolis.

Aitäh abi eest, küsimustele vastamine peaks võtma vähem kui 5 minutit Sinu ajast.

Kõik vastused jäävad anonüümseks.

Kas te vastasite Allari küsimustikule ka detsembris?

Jah

Ei

Kui olete juba korra vastanud, siis palun märkige koodnimi/hüüdnimi/alias, mille te eelmine kord valisite.

Kui sageli te mõtlete sellele, et 04. märtsil on parlamendivalimised? Sageli

Mõnikord

Harva

Mitte kunagi

Raske öelda

Kuivõrd teile tundub, et te saate oma käitumisega mõjutada valimistulemust?

Palju

Tuntavalt

Vähe

Ei mõjuta üldse

Raske öelda

Kuivõrd oluliseks peate te eelseisvaid valimisi?

Väga

Mõningal määral

Vähe

Üldsegi mitte

Raske öelda

Kas mäletate, millise erakonna poliitiku poolt hääletasite 2003. Riigikogu valimisel?

Isamaaliit

Keskerakond

Möödukad (Sotsiaaldemokraadid)

Rahvaliit

Reformierakond

Res Publica

Mõni muu

Mäletan isikut aga mitte erakonda

Ei mäleta

Ei osalenud

Kui te mäletate oma 2003 valikut, siis kuidas te tänase seisuga oma valikuga rahul olete?

Pigem olen rahul

Pigem ei ole rahul

Ei mäleta/Ei osalenud/Raske öelda

Millist erakonda toetate enim praegusel hetkel?

Isamaa - Res Publica liit

Keskerakond

Rahvaliit

Reformierakond

Sotsiaaldemokraatlik erakond

Muu

Raske öelda

Kas kavatsete minna valima Riigikogu valimistel märtsis 2007?

Kindlasti

Pigem jah

Pigem ei

Kindlasti mitte

Raske öelda

Kumb väide iseloomustab Teie käitumist valijana paremini: A. Mul on välja kujunenud eelistus ühe erakonna osas, kelle poolt olen hääletanud valimistel juba mitmendaid valimisi järjest; B. Mul ei ole välja kujunenud kindlat eelistust erakonna osas, vaid olen hääletanud erinevate erakondade poolt (lähtuvalt nende programmist, lubadustest, jms)

Pigem A

Pigem B

Mitte kumbki

Kumb väide iseloomustab Teie käitumist valijana paremini: A. Valin konkreetset erakonda selle valmisprogrammi, poliitiliste vaadete vms. tõttu; B. Valin konkreetset isikut tema vaadete, meeldivuse vms. tõttu, sõltumata tema erakondlikust kuuluvusest

Pigem A

Pigem B

Mitte kumbki

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu keskkonnaküsimustele?

Isamaa ja Res Publica Liit

Keskerakond

Rahvaliit

Reformierakond

Sotsiaaldemokraadid

Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu tulumaksumäära vähendamisele

Isamaa ja Res Publica Liit

Keskerakond

Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu lastega perede toetamisele ja/või iibeprobleemidele?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu maaelu ja põllumajanduse edendamisele?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu majanduskasvule?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu pensionite tõstmisele?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu korruptsiooniga võitlusele?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu Eesti välis- ja/või kaitsepoliitikale?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Milline erakond teie meelest pöörab kõige enam tähelepanu palkade tõusule?

Isamaa ja Res Publica Liit
 Keskerakond
 Rahvaliit
 Reformierakond
 Sotsiaaldemokraadid
 Raske öelda/Ei ükski neist

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Reformierakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Keskerakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
- 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7

- 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Isamaa ja Res Publica Liidu suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Sotsiaaldemokraatliku erakonna suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7
 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Kumb järgnevast sõnapaarist kirjeldab teie tundeid Rahvaliidu suhtes või kirjeldab antud erakonda teie meelest kõige paremini?

- 1- Kiire; 7-Aeglane 1 2 3 4 5 6 7
 1- Oma; 7-Võõras 1 2 3 4 5 6 7
 1- Värviline; 7-Hall 1 2 3 4 5 6 7
 1- Avatud; 7-Suletud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Jõuetu; 7-Jõuline 1 2 3 4 5 6 7
 1- Soe; 7-Külm 1 2 3 4 5 6 7
 1- Kahanev; 7-Kasvav 1 2 3 4 5 6 7

- 1- Arenev; 7-Paigalseisev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üleolev; 7-Võrdne 1 2 3 4 5 6 7
 1- Tõusev; 7-Langev 1 2 3 4 5 6 7
 1- Üksluine; 7-Mitmekesine 1 2 3 4 5 6 7
 1- Turvaline; 7-Ohtlik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Peletav; 7-Ligitõmbav 1 2 3 4 5 6 7
 1- Puhas; 7-Määrdunud 1 2 3 4 5 6 7
 1- Ebasõbralik; 7-Sõbralik 1 2 3 4 5 6 7
 1- Killustatud; 7-Ühtne 1 2 3 4 5 6 7

Milline järgmistest meediateemadest on teie hinnangul kõige enam mõjutanud valimiskampaania käiku ning valijate eelistusi?

Pronkssõduri ümber toimuv

Raudtee tagasiostu puudutav ning altkäemaksusüüdistused

Tallinna kesklinna korterite ümber puhkenud skandaal

Meditšiinitöötajate streigiähvardus

Maavahetuste skandaali uudised

Sakala keskuse lammutamise ümber toimuv

Tuumajaama rajamist ja energeetikat puudutavad uudised

Ei ükski neist

Raske öelda

Teie sugu?

Mees

Naine

Teie vanus?

17-30

31-50

51+

Teie haridustase?

Põhiharidus

Keskharidus

Kõrgharidus, +

Kas olete mõne erakonna liige?

Jah

Ei

Kui olete mõne erakonna liige, siis millise?

Ei ühegi

Isamaa - Res Publica liit

Keskerakond

Rahvaliit

Reformierakond

Sotsiaaldemokraatlik erakond

Lisa 3: Hinnangute erinevused erakondadele erineva kaasahaaratuse astmega vastajate puhul

dets.06

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik	1 Killustatu
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik	7 Ühtne
Kõrgem	Reform	2,61	3,79	2,70	3,00	4,48	4,27	4,44	3,59	2,25	3,09	4,00	3,72	4,16	4,19	4,06	4,97
Madalam		2,46	3,81	3,04	3,27	4,38	4,38	4,54	3,54	3,00	3,35	4,08	3,27	4,08	4,15	4,00	4,81
Vahe		0,14	-0,02	-0,34	-0,27	0,10	-0,11	-0,10	0,06	-0,75	-0,25	-0,08	0,45	0,08	0,03	0,06	0,16
Kõrgem	Kesk	4,56	6,16	4,72	5,94	5,78	5,19	5,16	4,66	2,34	3,78	3,13	6,13	1,78	6,31	2,34	4,31
Madalam		4,46	6,19	4,85	5,58	5,73	4,88	4,73	4,85	3,12	4,38	3,58	5,50	1,73	6,42	2,92	3,23
Vahe		0,10	-0,04	-0,13	0,36	0,05	0,30	0,43	-0,19	-0,77	-0,60	-0,45	0,63	0,05	-0,11	-0,58	1,08
Kõrgem	IRL	3,90	3,44	3,41	3,25	3,56	3,63	4,19	4,03	4,13	3,69	4,47	3,06	4,38	3,63	4,81	2,59
Madalam		3,52	3,08	3,44	3,20	4,08	3,40	4,40	3,04	3,92	3,44	4,84	2,88	4,72	3,56	4,56	2,72
Vahe		0,38	0,35	-0,03	0,05	-0,52	0,23	-0,21	0,99	0,21	0,25	-0,37	0,18	-0,35	0,06	0,25	-0,13
Kõrgem	SDE	4,72	3,69	4,38	2,94	2,72	3,06	3,63	4,34	5,19	3,81	3,66	3,00	4,66	2,94	5,13	4,91
Madalam		4,33	3,42	4,21	3,08	3,09	3,08	3,88	3,75	5,17	3,83	3,92	2,75	4,25	3,21	5,00	4,71
Vahe		0,39	0,27	0,17	-0,15	-0,37	-0,02	-0,25	0,59	0,02	-0,02	-0,26	0,25	0,41	-0,27	0,13	0,20
Kõrgem	ERL	6,19	6,47	5,97	6,00	4,06	5,34	3,53	5,56	2,09	5,13	2,31	5,78	1,69	6,44	1,88	4,35
Madalam		5,44	5,92	5,69	5,42	4,23	4,77	3,35	5,54	3,42	5,00	2,85	4,62	2,12	5,69	2,69	4,31
Vahe		0,75	0,55	0,28	0,58	-0,17	0,57	0,19	0,02	-1,33	0,13	-0,53	1,17	-0,43	0,75	-0,82	0,05

(veebruaris 2007 ei olnud statistiliselt eristatavaid gruppe)

> Viirutatud ala näitab käesoleva töö tähenduses statistiliselt olulist erinevust (T-Test)

Lisa 4: Hinnangute erinevused erakondadele erineva piiratuse tajuga vastajate puhul

dets.06

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Kül m	7 Kasvav	7 Paigalse	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekes	7 Ohtlik	7 Ligitõmba	7 Määrdu	7 Sõbralik
Kõrgem piiratuse taj	Reform	2,43	3,55	2,68	2,88	4,28	4,08	4,44	3,31	2,72	3,03	4,13	3,18	4,26	4,08	4,18
Madalam piiratuse taj		2,84	4,16	3,16	3,53	5,00	4,68	4,74	4,05	2,37	3,42	3,89	4,16	3,89	4,37	3,79
Vahe		-0,42	-0,61	-0,48	-0,65	-0,73	-0,61	-0,30	-0,74	0,35	-0,40	0,23	-0,98	0,36	-0,29	0,39
Kõrgem piiratuse taj	Kesk	4,41	6,21	4,95	5,69	5,85	5,15	4,90	4,62	2,74	4,10	3,28	5,79	1,62	6,46	2,62
Madalam piiratuse taj		4,63	6,00	4,42	5,89	5,89	4,68	5,32	4,79	2,67	3,79	3,47	5,89	2,05	6,11	2,63
Vahe		-0,22	0,21	0,53	-0,20	-0,05	0,47	-0,42	-0,17	0,08	0,31	-0,19	-0,10	-0,44	0,36	-0,02
Kõrgem piiratuse taj	IRL	3,84	3,32	3,55	3,37	3,53	3,42	4,18	3,61	3,95	3,63	4,66	2,89	4,47	3,71	4,50
Madalam piiratuse taj		3,68	3,32	3,26	2,95	4,05	3,74	4,37	3,47	4,26	3,58	4,53	3,16	4,53	3,47	5,16
Vahe		0,15	0,01	0,29	0,42	-0,53	-0,32	-0,18	0,13	-0,32	0,05	0,13	-0,26	-0,05	0,24	-0,66
Kõrgem piiratuse taj	SDE	4,65	3,57	4,35	2,97	2,86	2,97	3,81	3,97	5,19	3,70	3,73	2,86	4,32	3,11	5,14
Madalam piiratuse taj		4,16	3,42	4,00	2,84	2,95	3,00	3,74	4,11	5,32	3,89	4,00	2,74	4,68	2,74	5,16
Vahe		0,49	0,15	0,35	0,13	-0,09	-0,03	0,07	-0,13	-0,13	-0,19	-0,27	0,13	-0,36	0,37	-0,02
Kõrgem piiratuse taj	ERL	5,63	6,13	5,79	5,67	4,23	5,05	3,56	5,49	2,92	4,95	2,64	5,03	1,90	6,03	2,56
Madalam piiratuse taj		6,32	6,42	5,95	5,89	4,11	5,11	3,32	5,63	2,26	5,26	2,37	5,68	1,89	6,26	1,68
Vahe		-0,68	-0,29	-0,15	-0,23	0,13	-0,05	0,25	-0,14	0,66	-0,31	0,27	-0,66	0,00	-0,24	0,88

veebr.07

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Kül m	7 Kasvav	7 Paigalse	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekes	7 Ohtlik	7 Ligitõmba	7 Määrdu	7 Sõbralik
Kõrgem piiratuse taj	Reform	3,04	3,69	3,19	3,50	4,88	4,73	4,73	4,23	2,73	3,42	4,04	3,73	4,15	4,54	3,85
Madalam piiratuse taj		2,20	3,53	2,67	2,53	5,27	4,13	4,67	3,00	2,33	3,07	4,20	3,67	4,20	4,27	4,00
Vahe		0,84	0,16	0,53	0,97	-0,38	0,60	0,06	1,23	0,40	0,36	-0,16	0,06	-0,05	0,27	-0,15
Kõrgem piiratuse taj	Kesk	4,69	6,15	4,72	5,58	5,81	5,08	5,08	4,54	2,65	3,81	3,58	6,12	1,88	6,42	2,50
Madalam piiratuse taj		4,53	6,47	5,07	6,00	5,73	5,67	5,07	5,47	2,00	3,80	2,73	6,20	1,53	6,57	2,33
Vahe		0,16	-0,31	-0,35	-0,42	0,07	-0,59	0,01	-0,93	0,65	0,01	0,84	-0,08	0,35	-0,15	0,17
Kõrgem piiratuse taj	IRL	3,81	2,77	3,12	3,19	3,77	2,85	4,58	3,38	4,50	3,19	4,77	2,64	4,77	3,42	5,08
Madalam piiratuse taj		3,47	3,00	3,13	2,93	4,07	3,13	4,73	3,53	4,33	3,21	4,86	2,53	4,64	2,60	5,00
Vahe		0,34	-0,23	-0,02	0,26	-0,30	-0,29	-0,16	-0,15	0,17	-0,02	-0,09	0,11	0,13	0,82	0,08
Kõrgem piiratuse taj	SDE	4,68	3,81	4,42	3,31	3,00	3,04	4,19	3,96	4,96	3,88	3,96	2,69	4,81	2,92	5,27
Madalam piiratuse taj		5,43	3,93	4,71	3,13	2,53	3,07	3,33	4,60	5,60	4,27	4,07	2,93	4,40	2,64	5,20
Vahe		-0,75	-0,13	-0,29	0,17	0,47	-0,03	0,86	-0,64	-0,64	-0,38	-0,11	-0,24	0,41	0,28	0,07
Kõrgem piiratuse taj	ERL	5,65	6,12	5,69	5,73	3,80	5,15	2,88	5,54	2,69	5,00	2,62	5,23	2,00	6,31	2,81
Madalam piiratuse taj		6,43	6,27	6,33	5,87	3,60	5,13	2,47	6,20	2,87	5,67	2,14	5,47	1,73	6,40	2,60
Vahe		-0,77	-0,15	-0,64	-0,14	0,20	0,02	0,42	-0,66	-0,17	-0,67	0,47	-0,24	0,27	-0,09	0,21

> Viirutatud ala näitab käesoleva töö tähenduses statistiliselt olulist erinevust (T-Test)

Lisa 5: Hinnangute erinevused erakondadele valimiste olulisust erinevalt hindavate vastajate puhul

dets.06

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik	1 Killustatu
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik	7 Ühtne
Olulisem	Reform	2,71	3,95	2,89	3,26	4,29	4,32	4,50	3,74	2,47	3,37	3,82	3,82	4,00	4,34	4,03	4,74
Vähem oluline		2,41	3,55	2,91	2,95	4,73	4,32	4,43	3,38	2,76	2,95	4,33	3,10	4,24	4,00	3,95	5,24
Vahe		0,30	0,40	-0,01	0,31	-0,44	0,00	0,07	0,36	-0,29	0,42	-0,52	0,72	-0,24	0,34	0,07	-0,50
Olulisem	Kesk	4,68	6,37	4,82	5,97	5,71	5,13	5,08	4,95	2,42	3,87	3,21	6,08	1,66	6,47	2,53	4,16
Vähem oluline		4,24	5,76	4,81	5,43	5,90	4,86	4,76	4,29	3,20	4,38	3,48	5,43	1,90	6,14	2,71	3,19
Vahe		0,45	0,61	0,01	0,55	-0,19	0,27	0,32	0,66	-0,78	-0,51	-0,27	0,65	-0,25	0,33	-0,19	0,97
Olulisem	IRL	3,89	3,30	3,45	3,32	3,76	3,58	4,26	3,61	4,05	3,58	4,66	2,97	4,55	3,53	4,79	2,63
Vähem oluline		3,42	3,30	3,45	3,00	3,75	3,35	4,30	3,60	4,05	3,60	4,60	2,95	4,45	3,70	4,65	2,70
Vahe		0,47	0,00	0,00	0,32	0,01	0,23	-0,04	0,01	0,00	-0,02	0,06	0,02	0,10	-0,17	0,14	-0,07
Olulisem	SDE	4,68	3,82	4,45	2,87	2,73	3,11	3,76	4,24	5,24	3,87	3,66	3,00	4,53	3,08	5,03	4,95
Vähem oluline		4,16	3,05	3,89	3,21	3,11	2,89	3,74	3,74	5,11	3,74	4,11	2,63	4,42	2,95	5,21	4,63
Vahe		0,53	0,76	0,55	-0,34	-0,38	0,21	0,03	0,50	0,13	0,13	-0,45	0,37	0,11	0,13	-0,18	0,32
Olulisem	ERL	6,13	6,45	6,03	5,97	4,03	5,34	3,39	5,71	2,39	5,13	2,29	5,50	1,76	6,37	1,95	4,41
Vähem oluline		5,40	5,86	5,57	5,38	4,38	4,67	3,52	5,29	3,19	5,00	2,95	4,86	2,10	5,67	2,81	4,29
Vahe		0,73	0,59	0,45	0,59	-0,35	0,68	-0,13	0,42	-0,80	0,13	-0,66	0,64	-0,33	0,70	-0,86	0,12

veebr.07

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik	1 Killustatu
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik	7 Ühtne
Olulisem	Reform	2,71	4,00	3,38	3,48	5,24	4,81	4,48	3,86	2,00	3,52	3,62	4,19	3,81	4,86	3,48	4,86
Vähem oluline		2,80	3,15	2,55	2,70	4,75	4,15	4,95	3,70	3,30	2,95	4,60	3,10	4,60	3,90	4,35	4,60
Vahe		0,09	-0,85	-0,83	-0,78	-0,49	-0,66	0,47	-0,16	1,30	-0,57	0,98	-1,09	0,79	-0,96	0,87	-0,26
Olulisem	Kesk	4,76	6,48	4,60	6,00	5,86	5,38	5,14	5,48	2,14	3,76	3,29	6,67	1,67	6,75	2,19	4,38
Vähem oluline		4,50	5,95	5,25	5,60	5,70	5,20	4,90	4,25	2,85	3,80	3,25	5,45	2,00	6,15	2,85	3,55
Vahe		-0,26	-0,53	0,65	-0,40	-0,16	-0,18	-0,24	-1,23	0,71	0,04	-0,04	-1,22	0,33	-0,60	0,66	-0,83
Olulisem	IRL	3,52	3,05	3,38	3,00	4,00	3,33	4,71	3,48	4,10	3,19	4,62	2,52	4,60	3,14	4,90	2,67
Vähem oluline		3,80	2,65	2,95	3,30	3,75	2,65	4,45	3,35	4,70	3,32	5,05	2,68	4,75	3,00	5,15	3,55
Vahe		0,28	-0,40	-0,43	0,30	-0,25	-0,68	-0,26	-0,13	0,60	0,13	0,43	0,16	0,15	-0,14	0,25	0,88
Olulisem	SDE	5,32	3,81	4,80	3,14	2,62	2,71	3,86	4,38	5,81	3,86	3,95	2,76	5,10	2,60	5,43	5,24
Vähem oluline		4,60	3,95	4,25	3,45	3,10	3,25	3,85	4,10	4,45	4,25	4,10	2,90	4,10	3,10	5,00	4,25
Vahe		-0,72	0,14	-0,55	0,31	0,48	0,54	-0,01	-0,28	-1,36	0,39	0,15	0,14	-1,00	0,50	-0,43	-0,99
Olulisem	ERL	6,14	6,43	6,24	6,10	3,70	5,19	2,48	6,14	2,48	5,52	2,14	5,57	1,62	6,71	2,43	4,24
Vähem oluline		5,58	5,70	5,55	5,45	3,85	5,10	2,95	5,30	2,95	5,15	2,89	4,85	2,30	5,85	3,10	3,95
Vahe		-0,56	-0,73	-0,69	-0,65	0,15	-0,09	0,47	-0,84	0,47	-0,37	0,75	-0,72	0,68	-0,86	0,67	-0,29

> Viirutatud ala näitab käesoleva töö tähenduses statistiliselt olulist erinevust (T-Test)

Lisa 6: Hinnangute erinevused koguvalemis enne ja pärast kampaaniat

	1 Kiire	1 Oma	1 Väriline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik	1 Killustatud
	7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külmal	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik	7 Ühtne
Reform																
Enne	2,60	3,80	2,90	3,15	4,45	4,32	4,47	3,61	2,58	3,22	4,00	3,56	4,08	4,22	4,00	4,92
Pärast	2,71	3,62	2,98	3,12	5,02	4,52	4,74	3,76	2,62	3,26	4,12	3,71	4,19	4,43	3,90	4,76
Vahe	-0,11	0,18	-0,08	0,03	-0,57	-0,21	-0,26	-0,15	-0,04	-0,04	-0,12	-0,15	-0,11	-0,21	0,10	0,15
Kesk																
Enne	4,53	6,15	4,81	5,78	5,78	5,03	4,97	4,71	2,69	4,05	3,31	5,85	1,75	6,36	2,59	3,81
Pärast	4,64	6,21	4,85	5,71	5,79	5,26	5,05	4,86	2,45	3,81	3,26	6,10	1,81	6,46	2,48	3,93
Vahe	-0,12	-0,06	-0,04	0,07	-0,01	-0,23	-0,08	-0,15	0,24	0,24	0,04	-0,25	-0,06	-0,11	0,12	-0,12
IRL																
Enne	3,74	3,30	3,45	3,21	3,76	3,50	4,28	3,60	4,05	3,59	4,64	2,97	4,52	3,59	4,74	2,66
Pärast	3,69	2,88	3,17	3,14	3,83	2,98	4,60	3,45	4,43	3,24	4,78	2,63	4,66	3,10	5,02	3,07
Vahe	0,05	0,42	0,28	0,06	-0,07	0,52	-0,32	0,15	-0,38	0,34	-0,14	0,33	-0,14	0,49	-0,28	-0,42
SDE																
Enne	4,51	3,56	4,26	2,98	2,86	3,04	3,75	4,07	5,19	3,82	3,81	2,88	4,49	3,04	5,09	4,84
Pärast	4,93	3,86	4,54	3,26	2,83	3,05	3,86	4,21	5,17	4,05	4,00	2,81	4,64	2,85	5,24	4,74
Vahe	-0,42	-0,30	-0,27	-0,28	0,02	-0,01	-0,10	-0,14	0,03	-0,22	-0,19	0,07	-0,15	0,18	-0,15	0,10
ERL																
Enne	5,88	6,24	5,86	5,76	4,15	5,10	3,44	5,56	2,68	5,08	2,53	5,27	1,88	6,12	2,25	4,36
Pärast	5,90	6,10	5,93	5,74	3,71	5,12	2,74	5,76	2,79	5,24	2,46	5,26	1,93	6,31	2,76	4,05
Vahe	-0,02	0,14	-0,06	0,02	0,45	-0,02	0,70	-0,20	-0,11	-0,15	0,06	0,01	-0,05	-0,19	-0,51	0,31

> Viirutatud ala näitab käesoleva töö tähenduses statistiliselt olulist erinevust (T-Test)

dets.06

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik	1 Killustatu
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik	7 Ühtne
IRL toetajad	REFORM	2,93	4,15	3,33	3,81	4,33	4,37	4,38	4,15	2,54	3,69	3,81	4,23	3,62	4,81	3,54	4,46
Teised		2,33	3,52	2,55	2,61	4,55	4,27	4,55	3,18	2,61	2,85	4,15	3,03	4,45	3,76	4,36	5,27
Vahe		0,59	0,63	0,79	1,21	0,21	0,10	0,16	0,97	0,07	0,84	0,34	1,20	0,84	1,05	0,83	0,81
IRL toetajad	KESK	4,88	6,12	5,38	6,00	5,54	4,96	4,65	5,15	2,72	4,23	3,00	5,73	1,73	6,31	2,77	4,08
Teised		4,24	6,18	4,36	5,61	5,97	5,09	5,21	4,36	2,67	3,91	3,55	5,94	1,76	6,39	2,45	3,61
Vahe		0,64	-0,07	1,02	0,39	0,43	-0,13	0,56	0,79	-0,05	0,32	0,55	-0,21	0,03	-0,09	-0,31	-0,47
IRL toetajad	IRL	3,54	2,69	3,27	2,73	4,23	3,08	4,62	3,27	4,38	3,31	5,04	2,50	5,04	2,88	5,15	3,38
Teised		3,90	3,81	3,59	3,59	3,38	3,84	4,00	3,88	3,78	3,81	4,31	3,34	4,09	4,16	4,41	2,06
Vahe		-0,36	-1,11	-0,32	-0,86	-0,86	-0,77	-0,62	-0,61	-0,60	-0,50	-0,73	-0,84	-0,94	-1,27	-0,75	-1,32
IRL toetajad	SDE	4,65	4,19	4,46	3,35	2,72	3,42	3,42	4,38	4,85	4,35	3,42	3,12	4,15	3,27	4,73	4,62
Teised		4,39	3,03	4,10	2,68	2,97	2,71	4,03	3,81	5,48	3,39	4,13	2,68	4,77	2,84	5,39	5,03
Vahe		0,27	1,16	0,36	0,67	0,25	0,71	0,61	0,58	0,64	0,96	0,71	0,44	0,62	0,43	0,66	0,42
IRL toetajad	ERL	6,28	6,19	6,00	6,04	3,92	4,88	3,23	5,65	2,42	5,19	2,54	5,27	1,96	6,15	2,27	4,85
Teised		5,58	6,27	5,76	5,55	4,33	5,27	3,61	5,48	2,88	5,00	2,52	5,27	1,82	6,09	2,24	3,97
Vahe		0,70	-0,08	0,24	0,49	0,41	-0,39	0,38	0,17	0,46	0,19	-0,02	0,00	-0,14	0,06	-0,03	-0,88

veebr.07

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik	1 Killustatu
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik	7 Ühtne
IRL toetajad	REFORM	3,00	3,83	3,09	3,17	4,61	4,61	4,26	4,13	2,61	3,48	3,87	3,78	3,87	4,65	3,39	4,43
Teised		2,37	3,37	2,84	3,05	5,53	4,42	5,32	3,32	2,63	3,00	4,42	3,63	4,58	4,16	4,53	5,16
Vahe		0,63	0,46	0,24	0,12	0,92	0,19	1,05	0,81	0,02	0,48	0,55	0,15	0,71	0,49	1,14	0,72
IRL toetajad	KESK	4,78	6,22	5,32	5,83	5,43	4,91	4,87	4,74	2,74	4,00	2,91	5,83	1,87	6,39	2,74	3,96
Teised		4,47	6,21	4,32	5,58	6,21	5,68	5,26	5,00	2,11	3,58	3,68	6,42	1,74	6,56	2,16	3,89
Vahe		0,31	0,01	1,00	0,25	0,78	-0,77	0,39	-0,26	-0,63	0,42	0,77	-0,59	-0,13	-0,16	-0,58	-0,06
IRL toetajad	IRL	3,30	2,13	2,74	2,65	4,35	2,43	4,87	2,74	4,87	2,77	5,18	2,14	5,23	2,65	5,35	3,87
Teised		4,16	3,79	3,68	3,74	3,21	3,63	4,26	4,32	3,89	3,79	4,32	3,21	4,00	3,63	4,63	2,11
Vahe		-0,85	-1,66	-0,95	-1,08	-1,14	-1,20	-0,61	-1,58	-0,97	-1,02	-0,87	-1,07	-1,23	-0,98	-0,72	-1,76
IRL toetajad	SDE	4,81	4,61	4,73	3,48	2,78	3,39	3,65	4,30	4,83	4,09	3,74	3,17	4,22	3,09	5,00	4,52
Teised		5,05	2,95	4,32	3,00	2,89	2,63	4,11	4,11	5,58	4,00	4,32	2,37	5,16	2,58	5,53	5,00
Vahe		-0,24	1,66	0,41	0,48	0,11	0,76	0,45	0,20	0,75	0,09	0,58	0,81	0,94	0,51	0,53	0,48
IRL toetajad	ERL	6,00	6,13	6,00	5,57	3,68	4,78	2,65	5,74	2,87	5,48	2,45	5,22	2,09	6,22	3,04	4,35
Teised		5,79	6,05	5,84	5,95	3,74	5,53	2,84	5,79	2,68	4,95	2,47	5,32	1,74	6,42	2,42	3,68
Vahe		0,21	0,08	0,16	-0,38	0,06	-0,74	0,19	-0,05	-0,19	0,53	0,02	-0,10	-0,35	-0,20	-0,62	-0,66

> Viirutatud ala näitab käesoleva töö tähenduses statistiliselt olulist erinevust (T-Test)

dets.06

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik
Reformi toetajad	REFORM	2,15	2,92	2,54	2,38	3,69	3,85	4,62	3,08	3,54	2,62	4,08	2,38	4,92	3,38	5,00
Teised		2,72	4,04	3,00	3,36	4,66	4,45	4,43	3,76	2,30	3,39	3,98	3,89	3,85	4,46	3,72
Vahe		-0,57	-1,12	-0,46	-0,98	0,97	-0,60	-0,18	-0,68	-1,23	-0,78	-0,10	-1,51	-1,08	-1,07	-1,28
Reformi toetajad	KESK	3,54	6,23	4,31	5,62	6,08	4,92	5,69	4,46	2,46	3,77	4,15	6,38	1,62	6,54	2,38
Teised		4,80	6,13	4,96	5,83	5,70	5,07	4,76	4,78	2,76	4,13	3,07	5,70	1,78	6,30	2,65
Vahe		-1,27	0,10	-0,65	-0,21	-0,38	-0,14	-0,93	-0,32	0,29	-0,36	-1,09	0,69	0,17	0,23	0,27
Reformi toetajad	IRL	3,91	4,08	4,25	4,50	3,08	3,92	3,67	4,67	3,58	4,33	4,08	3,25	4,00	4,33	4,25
Teised		3,70	3,09	3,24	2,87	3,93	3,39	4,43	3,33	4,17	3,39	4,78	2,89	4,65	3,39	4,87
Vahe		0,21	0,99	1,01	1,63	0,85	0,53	0,77	1,34	0,59	0,94	0,70	0,36	0,65	0,94	0,62
Reformi toetajad	SDE	4,36	3,36	4,18	2,82	2,73	2,73	4,00	3,64	5,36	3,64	3,82	2,09	4,73	2,91	5,18
Teised		4,54	3,61	4,28	3,02	2,89	3,11	3,70	4,17	5,15	3,87	3,80	3,07	4,43	3,07	5,07
Vahe		-0,18	-0,25	-0,10	-0,20	0,16	-0,38	-0,30	-0,54	-0,21	-0,23	-0,01	-0,97	-0,29	-0,16	-0,12
Reformi toetajad	ERL	5,54	6,08	5,77	5,54	4,08	5,15	3,85	5,62	3,38	4,92	2,77	5,15	1,77	6,38	2,23
Teised		5,98	6,28	5,89	5,83	4,17	5,09	3,33	5,54	2,48	5,13	2,46	5,30	1,91	6,04	2,26
Vahe		-0,44	-0,21	-0,12	-0,29	0,10	0,07	-0,52	0,07	-0,91	-0,21	-0,31	-0,15	0,14	0,34	0,03

veebr.07

		1 Kiire	1 Oma	1 Värviline	1 Avatud	1 Jõuetu	1 Soe	1 Kahanev	1 Arenev	1 Üleolev	1 Tõusev	1 Üksluine	1 Turvaline	1 Peletav	1 Puhas	1 Ebasõbralik
		7 Aeglane	7 Võõras	7 Hall	7 Suletud	7 Jõuline	7 Külm	7 Kasvav	7 Paigalseis	7 Võrdne	7 Langev	7 Mitmekesine	7 Ohtlik	7 Ligitõmbav	7 Määrduv	7 Sõbralik
Reformi toetajad	REFORM	1,50	2,50	2,00	2,33	5,67	3,50	5,83	2,33	3,17	2,67	5,00	2,67	5,50	3,33	5,33
Teised		2,92	3,81	3,14	3,25	4,92	4,69	4,56	4,00	2,53	3,36	3,97	3,89	3,97	4,61	3,67
Vahe		-1,42	-1,31	-1,14	-0,92	-0,75	-1,19	-1,28	-1,67	-0,64	-0,69	-1,03	-1,22	-1,53	-1,28	-1,67
Reformi toetajad	KESK	3,83	5,83	4,17	6,33	6,50	5,50	5,50	4,67	2,17	3,00	4,17	6,00	1,67	6,60	2,17
Teised		4,78	6,28	4,97	5,61	5,67	5,22	4,97	4,89	2,50	3,94	3,11	6,11	1,83	6,44	2,53
Vahe		-0,94	-0,44	-0,80	0,72	-0,83	0,28	-0,53	-0,22	0,33	-0,94	-1,06	-0,11	0,17	0,16	0,36
Reformi toetajad	IRL	4,67	4,50	3,83	4,67	2,33	3,83	3,33	5,00	3,83	4,33	3,83	3,50	3,67	3,50	4,17
Teised		3,53	2,61	3,06	2,89	4,08	2,83	4,81	3,19	4,53	3,06	4,94	2,49	4,83	3,03	5,17
Vahe		1,14	1,89	0,78	1,78	1,75	1,00	1,47	1,81	0,69	1,28	1,11	1,01	1,16	0,47	1,00
Reformi toetajad	SDE	5,67	3,17	3,67	3,50	2,17	2,67	3,17	5,50	5,67	5,00	4,33	2,33	4,00	2,50	5,00
Teised		4,79	3,97	4,69	3,22	2,94	3,11	3,97	4,00	5,08	3,89	3,94	2,89	4,75	2,91	5,28
Vahe		0,87	-0,81	-1,02	0,28	0,78	-0,44	0,81	1,50	-0,58	1,11	-0,39	-0,56	0,75	-0,41	0,28
Reformi toetajad	ERL	6,17	5,33	5,83	6,33	4,00	5,17	3,00	5,83	1,50	5,33	3,17	4,67	1,83	6,33	2,67
Teised		5,86	6,22	5,94	5,64	3,66	5,11	2,69	5,75	3,00	5,22	2,34	5,36	1,94	6,31	2,78
Vahe		0,31	-0,89	-0,11	0,69	-0,34	0,06	-0,31	0,08	1,50	0,11	-0,82	-0,69	0,11	0,03	0,11

> Viirutatud ala näitab käesoleva töö tähenduses statistiliselt olulist erinevust (T-Test)